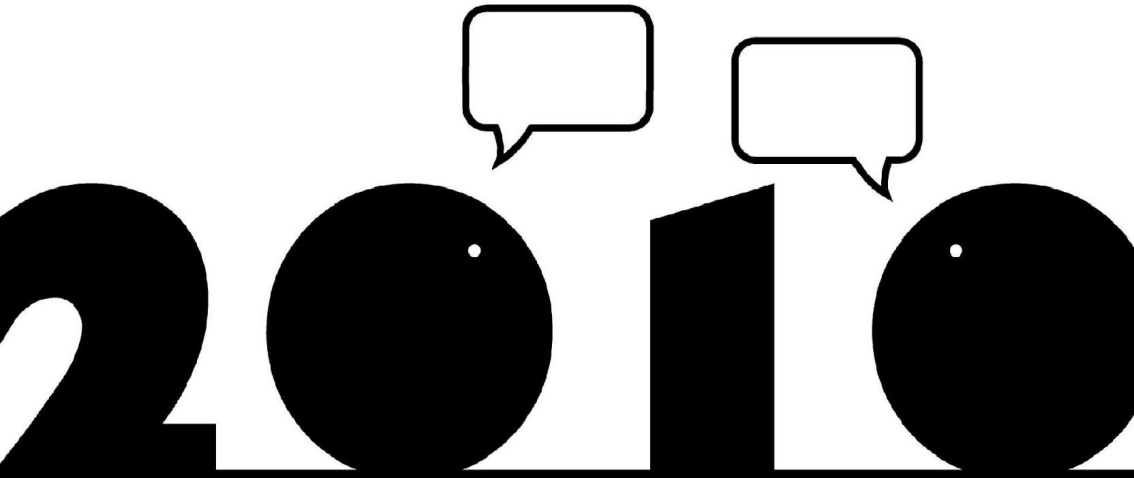
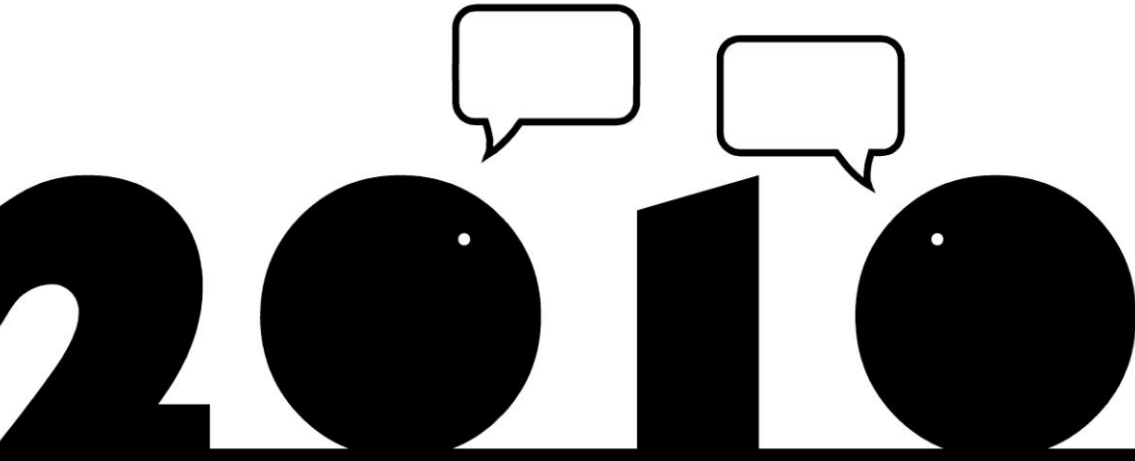


365 días (y noches) de Marketing 2.0

El inicio de la e-década

Juan Merodio



365 días (y noches) de Marketing 2.0

El inicio de la e-década

Juan Merodio

Introducción y agradecimientos

Este libro es un recopilatorio de todo lo publicado en mi blog durante el año 2010, con el fin de elaborar una especie de Anuario de todo lo que ha sucedido en el panorama del Marketing 2.0 a lo largo del año.

La organización del libro está hecha en orden cronológico inverso, es decir, comienza por lo últimos posts escritos en diciembre 2010 y acaba con los primeros posts de enero 2010.

Me gustaría aprovechar la ocasión para agradecer a Turiskopio, empresa dedicada a generar ideas, por su ayuda en la creación del título y la portada de este libro, a Jose Manuel Oliver de Keyprocom la ayuda a la hora de complementar el título, así como a todos los lectores de mi blog www.JuanMerodio.com *, amigos, familiares y personas que me apoyan día a día entre las que destaco a Vicky por su incansable paciencia y apoyo constante, a mi socio en Marketing Surfers Jaime Chicheri por introducirme en Twitter, a mi hermano Carlos por ayudar a que poco a poco todo esto se haga realidad, a mi padre porque sin él no habría podido hacer lo que he hecho, a mi madre por ser mi más fiel seguidora y a mi hermana Mónica por hacernos la vida más divertida.*

Gracias a todos porque sin vosotros este libro no sería posible.

Juan Merodio

ÍNDICE

- Facebook y Twitter instalarán un servicio para realizar transferencias bancarias 11
- Acción solidaria en Twitter para Navidad 12
- Perfil del usuario de Facebook en España 14
- Interesante campaña en Facebook del nuevo tablet Samsung Galaxy 15
- Los 10 Errores Más Frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Que NO HACER 17
- Imágenes espía de las nuevas Páginas de Fans de Facebook 21
- Presentación "Cómo utilizar el Social Media en tu empresa: Canales y Herramientas" en el I Congreso de Social Media Marketing 23
- Cómo usar el buscador avanzado de Twitter 25
- Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas 28
- Cómo integrar Redes Sociales y Email Marketing 37
- Facebook lanza el nuevo perfil para sus usuarios 38
- Facebook Credits, el sistema de micropagos de Facebook 40
- Boingo: Ejemplo de cómo usar las Redes Sociales para Atención al Cliente 42
- Informe sobre Redes Sociales en España por IAB 44
- Twitterfeed, haz que los posts que más te interesen se publiquen en tu Facebook y Twitter automáticamente 46
- Estrategias de Ford en Social Media para conseguir más ventas 50
- Mejora la popularidad de tu cuenta en Twitter 52
- Twitter Analytics, la nueva herramienta de analítica de Twitter 56
- Nuevas herramientas útiles para Twitter 58
- Facebook Messages: el nuevo sistema de mensajería de Facebook 62
- Acción exitosa en Social Media de Ron Barceló 64
- RockMelt, un nuevo navegador social 71
- Descubre cómo vender productos a través de tu página de Facebook 73
- Facebook elimina las pestañas en los perfile de usuario 76
- Twitter comienza a poner publicidad en su Timeline 77
- Coca-Cola Village: Un claro ejemplo de integración de Redes Sociales con la vida diaria 78
- La realidad del impacto de las Redes Sociales en estrategias de marketing de empresas 80
- Presentación "Aplicaciones Gratuitas para tu Página de Fans en Facebook" en TRAMA 2010 83
- Presentación "Cómo Crear un Social Media Plan para tu Negocio" en TRAMA 2010 84
- Los secretos para tener éxito en una campaña de Facebook Ads 85
- Google In-Page Analytics, la nueva funcionalidad de Google Analytics 92
- Facebook pone en marcha el botón "No Me Gusta" 94
- Facebook ya ofrece Bing como buscador dentro de tu perfil 96
- Cómo promocionar tu página de Facebook con el uso de aplicaciones 99
- Linkedin Signal, segmenta a tiempo real los contenidos de Twitter 102

- Cómo sacar partido de la publicidad dentro de los juegos en Facebook 104
- Aplicaciones de Twitter para mejorar tu marketing 108
- Cómo conseguir miles de fans en tu página de Facebook a un coste muy bajo 110
- Facebook Instant: la búsqueda en tiempo real 114
- Ideas para conseguir diseños más atractivos en tu página corporativa de Facebook 116
- Twitter pone en marcha las cuentas patrocinadas 122
- Estudio sobre la importancia de las aplicaciones en Redes Sociales 123
- Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada 127
- Aprende a migrar tu blog Wordpress gratuito a un hosting propio 130
- Las mejores herramientas para monitorizar Twitter 134
- Aprende a sacar todo el partido a Facebook Places para tu negocio 137
- Mide si tus acciones en Social Media están ayudando a fidelizar a tus clientes 138
- Crea en tu página de Facebook contenido diferente para los fans (se lo merecen) 144
- El Futuro del SEO: Google tiende a la verticalización de los canales (Evento First Tuesday) 148
- Llega el nuevo Twitter con nuevas funcionalidades 150
- Plugins de Foursquare para integrar en tu blog Wordpress 151
- Nuevas Redes Sociales que vienen pegando fuerte 153
- Tendencias en Social Media para el 2011 156
- Facebook se convierte en un buscador ¿Será la nueva competencia de Google? 159
- Qué es Google Instant y cómo afectará a las Redes Sociales 162
- Herramientas para hacer un backchannel de Twitter en eventos 164
- Publica un post en tu blog Wordpress sólo con una llamada de teléfono 169
- Nueva funcionalidad de Facebook:"Subscribe Button" 170
- Herramientas gratuitas para saber qué dicen de tu marca en Internet 171
- Cómo subir videos en Linkedin 174
- Mejora tu página corporativa de Facebook fijándote en las grandes marcas 176
- Cómo usar el #FollowFriday de una manera más efectiva 183
- Guía para evaluar a tus nuevos seguidores de Twitter 185
- Metric Mail: Recibe en tu email la información de Google Analytics 187
- Cómo empezar a utilizar Facebook Places para tu Negocio 189
- Recomendaciones básicas para promocionar tu página de empresa en Facebook 192
- Aprovecha la imagen de fondo de Twitter para comunicar 195
- Caso de éxito: Campaña de Social Media "The Old Spice" 198
- Utilizar Twitter para ganar dinero en Programas de Afiliados 203
- Cómo puede Foursquare promocionar mi negocio 205
- Las 25 P´s del Marketing en Redes Sociales 208
- ShoTools: Un nuevo programa para manejar tu cuenta de Twitter, Facebook, Linkedin... 211
- Twitter introduce su propio botón de compartir 212
- Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales 214
- Gestiona con ManageWP todos tus blogs desde un mismo sitio 216
- Nuevo formato publicitario en Facebook basado en coste por resultado 217
- Facebook estrena nuevas estadísticas en sus páginas de fans 218

- Herramientas útiles para Twitter 221
- Twitter te sugiere a quien te puede interesar seguir 223
- Beneficios del marketing móvil para las empresas 224
- Cómo añadir Google Analytics a tu página de fans de Facebook 226
- Realiza videollamadas gratuitas a través de Facebook 229
- Fanta Robertus, un claro ejemplo de lo que NO hay que hacer en Social Media 230
- Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas 233
- Las experiencias enoturísticas de Bodegas Franco-Españolas y Paternina apuestan por el Social Media 236
- Cómo utilizar Twitter para mejorar el SEO de tu web 238
- Galería de aplicaciones gratuitas para Facebook 240
- Comienza el Pago por Tweet (PPT) ¿lo utilizarán las empresas? 246
- Google cambia su algoritmo de indexación y lo llama Google Caffeine 243
- Publicidad en los Trending Topics de Twitter 245
- ManageFlitter, una nueva herramienta para gestionar tu cuenta de Twitter 246
- Twitter entra en la geolocalización con Twitter Places 247
- Como integrar y sincronizar tus perfiles en Facebook, Twitter y YouTube 248
- Descubre nuevas aplicaciones y funcionalidades de Twitter 251
- Usa Bitácoras para conocer lo más tuiteado del momento en España 253
- Yahoo se integra con Facebook y Twitter 255
- Utiliza Foursquare como herramienta de marketing para tu negocio 256
- Maneja Twitter con TweetDeck y su nueva versión con más funcionalidades 258
- Ya puedes integrar Facebook y Twitter con tu cuenta de correo Gmail 259
- Aprende cuál es la mejor manera de consultar los enlaces a tu web 261
- Aplicaciones Firefox para controlar el SEO de tu web 263
- Herramientas de monitorización y analítica para Twitter 265
- Ya puedes compartir archivos a través de Twitter 267
- Qué es el Web Performance Optimization (WPO) 268
- Gestiona tus contactos de Twitter con Tweepi 270
- Cómo empezar a promocionar tu marca personal en Redes Sociales 272
- Herramientas para gestionar cuentas de Twitter corporativas 277
- Aspectos a tener en cuenta en el posicionamiento en buscadores (SEO) para tu página de Facebook 279
- Aprende a hacer una migración de fans entre dos páginas de Facebook 283
- Crea encuestas en Twitter con estas herramientas gratuitas 286
- Con TwitVance podrás programar tus tweets para enviarlos cuando quieras 289
- Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing 291
- Escribe más de 140 caracteres en Twitter con Twishort 295
- Gluly, una herramienta para poner comentarios en todas las webs que quieras 297
- Organiza tu información de Twitter con Paper.li y convierte tu timeline en un periódico 299
- El mapa ideal para desarrollar una estrategia de Social Media 301
- Ya está disponible Remarketing, una nueva funcionalidad para Google Adwords 302

- GNOSS se convierte en la alternativa gratuita a las comunidades en Ning 304
- Qué nos trae de nuevo Facebook 306
- Follow Finder, una herramienta que te ayuda a encontrar perfiles de tu interés en Twitter 308
- Cómo mejorar la conversión de un formulario de contacto 309
- Qué son las Community Pages de Facebook 312
- Cómo quitar de los SERP la personalización de los resultados 315
- Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia 316
- Ya puedes usar Twitter desde Outlook con TwInbox Twitter 320
- La importancia de la velocidad de carga de una web en el SEO 322
- Twitter continúa creciendo en España 324
- Facilita que te sigan en redes sociales con SocialFollow 326
- Cómo mejorar la indexación de las imágenes de tu web para conseguir más tráfico 329
- Eyetracking, conoce cómo mira el usuario tu web para destacar lo que te interese 332
- Aplicaciones Imprescindibles para la Página de Fans de Facebook de tu Negocio 335
- Ayuda a Google a geoposicionar tu sitio web 340
- Usa el servicio Pingdom para saber si tu web deja de funcionar 343
- Contributors te ayuda a gestionar tus cuentas corporativas de Twitter 349
- Los Diferentes Niveles de Participación de los Usuarios en las Redes Sociales 351
- Facebook o Twitter para hacer Negocios 355
- Aprende a crear una Base de Datos de emails con tus amigos de Facebook 358
- Para un mejor posicionamiento en buscadores, tu web debe estar en un servidor de tu país 360
- Aprende a Monitorizar la Reputación Online de tu Negocio 362
- Google Apps Marketplace, la tienda de aplicaciones de Google 366
- ¿Quieres saber lo que Google sabe de ti? Entra en Google Dashboard 367
- Twitter presenta su propio acortador de Urls para evitar el SPAM 368
- Aprende a añadir información contextual a tus Tweets (imágenes, tweets relacionados..) 369
- Descubre los servicios más ocultos de Google 371
- Realiza acciones de Marketing en Twitter enfocadas a tus clientes 375
- Google Real Time incorpora en sus resultados a Facebook 377
- Conoce otros usos que le puedes dar a Wordpress: e-commerce, foro, portal de empleo, red social... 378
- Cómo usar las anotaciones de Google Analytics 381
- Mejora el posicionamiento de tu blog con estos plugins para Wordpress 384
- Promociona tu blog con la aplicación Networked Blogs de Facebook 390
- Qué es el Behavioral Targeting y cómo usarlo en tu web 393
- Técnica para Medir las Conversiones en los Social Media 397
- Qué es Google Buzz y cómo afecta a Facebook y Twitter 400
- El buscador de Google está preparando el lanzamiento de sus nuevos cambios para España 402
- Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques 405
- Aprende distintos métodos para analizar Tendencias en Internet con Google 408
- Qué pasos seguir a la hora de iniciar un campaña de marketing online 412
- Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media 417

- Google Analytics te ofrece su inteligencia artificial para monitorizar tu web 420
- Google te ayuda a conocer el rendimiento de tu sitio web 424
- Herramientas gratuitas para analizar el tráfico web de tu competencia 426
- Empieza a posicionar tu web y escoge las palabras clave adecuadas 431
- Conoce qué secciones de tu web tienen más tráfico y cuántas páginas tiene indexadas en Google 435
- Aprende que son los Hashtags de Twitter, cómo se usan y para qué sirven 438
- Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios 440
- Cómo organizará Google la posición de los Tweets en las búsquedas 445
- Google lanza la nueva aplicación para móviles "Near me now" 446
- Google Analytics presenta nuevas funcionalidades 447
- ¿Qué es la Web Semántica y cuáles son sus ventajas? 450
- Las tendencias que llegan en marketing mobile para los próximos años 454
- Autor 456
- Patrocinadores 457

Facebook y Twitter instalarán un servicio para realizar transferencias bancarias

Que las Redes Sociales son parte de nuestro día a día y de nuestro negocio ya es algo que es más que evidente, y por ello cada día son más los servicios disponibles desde las distintas redes sociales.

El último presentado y que llegará en breve a España es un **servicio de transferencias bancarias que se podrá usar desde Facebook y Twitter**.

Este nuevo servicio se llama Dwolla y dará la **posibilidad de enviar y recibir dinero mediante transferencias bancarias directamente en Facebook y Twiter** a un coste muy reducido, ya que el precio de una transferencia será de unos 0,19 euros.

Este nuevo servicio competirá directamente con otras herramientas de pago como Facebook Credits o la recien acordada integración de PayPal en Facebook.

Todavía no hay fecha definitiva para España, aunque por el momento está ya funcionando en Estados Unidos.

¿Para cuándo una integración con un TPV Virtual para pago con tarjeta de crédito?

Acción solidaria en Twitter para Navidad

Hoy me gustaría compartir con vosotros una acción solidaria llevada a cabo hace unos días en Costa Rica y de la que me informó @unimerCA , que ha tenido lugar de manera espontánea y a la que se han ido sumando numerosas empresas y tuiteros.

La acción partió con **el objetivo de conseguir 600 juguetes en una semana para niños de escasos recursos** para que disfrutasen de un juguete en estas Navidades, y resultó todo un éxito llegando a conseguir 700 juguetes.

Para esta acción solidaria **se montó una aplicación en** *http://www.facebook.com/bebecr* desde donde los usuarios podían apuntarse y contribuir seleccionando al niño o niña y rango de edad al que querían regalar el juguete.

Twitter fue uno de los canales que apoyaron en la difusión de la acción solidaria en su perfil @bebecroficial y bajo el hashtag #untwitterounjuguete.

Mi más sincera enhorabuena a los organizadores de la acción y a todas aquellas empresas y tuiteros que han hecho que estas Navidades 700 niños disfruten de un juguete, y por demostrar que **las Redes Sociales también pueden usarse con fines sociales**.

Perfil del usuario de Facebook en España

Nadie tiene dudas que Facebook es una red social que crece a un ritmo vertiginoso y por ello cada vez más empresas son conscientes de la necesidad de establecer una buena estrategia de Social Media para llegar a sus clientes.

Pero, ¿sabes cuál es el perfil del usuario en España de Facebook? Quiero compartir con vosotros una **"fotografía" de la situación actual de Facebook**, concretamente del mes de diciembre de 2010, que ha realizado Facebookmarketing.es y donde me gustaría resaltar los siguientes datos:

- Facebook tiene 12 millones de usuarios en España (casi el 26% de la población española)
- Hay más usuarios mujeres que hombres
- El 76% de los usuarios son de Madrid, seguido de Barcelona y Valencia
- El colectivo con más usuarios es el comprendido entre los 25 y 34 años

Interesante campaña en Facebook del nuevo tablet Samsung Galaxy

¿Conoceis el nuevo tablet Samsung Galaxy? Es la nueva competencia directa del iPad, aunque en este caso con una pantalla algo más pequeña pero con la opción de hacer llamadas.

Sin entrar a valorar cuál de los dos es más práctico, me gustaría compartir con vosotros la **campaña que Samsung ha lanzado en Facebook** para la promoción de su nuevo tablet que me dió a conocer @ideasdelmercado, una campaña que desde mi punto de vista está muy bien elaborada ya que consigue algo fundamental, y es que **personaliza la publicidad para quien la ve**.

¿Cómo lo hacen?

Han lanzado una aplicación promocional donde puedes ver el funcionamiento del nuevo Samsung Galaxy y además interactuar con él, pero lo mejor es que durante la demostración que verás del tablet, **la aplicación muestra contenidos y fotos tuyas sacadas directamente de tu perfil**, lo que hace que el consumidor se identifique más con la promoción mejorando la notoriedad y efectividad de la campaña, y al final de la misma te da la opción de apuntarte al sorteo donde podrás ganar un Samsung Galaxy, con lo que están consiguiendo generar una importante base de datos de potenciales usuarios de tablets.

En el siguiente video que he captado con mi perfil de Facebook, puedes ver la aplicación funcionando:

http://www.youtube.com/watch?v=r3el5Mv1-ko

Ahora prueba tú mismo la aplicación entrando en *http://apps.facebook.com/sgalaxytab/?ref=bookmarks&count=0*.

Los 10 Errores Más Frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Que NO HACER

El pasado jueves se celebró la I edición del evento Adictos al Social Media organizado entre otros por @israel garcia, y yo era uno de las personas que iba a compartir su experiencia, y concretamente iba a hablar de **lo que no hay que hacer en las redes sociales** y de los errores más comunes que cometen muchas empresas a la hora de usar las redes sociales.

Por dificultades técnicas me fue imposible participar en el evento, por lo que me gustaría compartir en este post lo que tenía planeado decir, así que a continuación resumo **los 10 errores más comunes cometidos por empresas en las redes sociales**:

1. No tener un plan estratégico definido con objetivos específicos.

¿Por qué quieres estar en las redes sociales?¿por qué están los demás?

El primer paso es **definir porque queremos que nuestra empresa esté en la redes sociales** y para ello necesitaremos saber los objetivos, el target, herramientas a utilizar, cómo vamos a interactuar y cómo lo vamos a medir.

2. Utilizar un lenguaje demasiado formal.

Las redes sociales implican proximidad, diálogo, cercanía… es muy similar a una amistad real donde tiene más valor aspectos como la predisposición, honestidad…..

3. No aportar un valor real.

Si la gente te sigue es porque les aportas algún valor, sino ¿por qué te van a seguir? Y aunque te siguiesen no serían seguidores activos ya que no verían interesante lo que comentas y compartes.

4. No cuidar a tus fans y seguidores.

Hay empresas que no contestan a los comentarios en sus perfiles sociales y eso da una imagen contraproducente, es decir, un usuario se molesta en escribir un mensaje para darte una opinión o comentarte algo y ni siquiera son capaces de dar las gracias o responder a ese mensaje

5. Las redes sociales no son la solución a todos los males.

Hay empresas que piensan que por abrirse un perfil en las redes y escribir tres actualizaciones de repente los usuarios van a empezar a hablar de ellos por todos lados y compatir la

información. Para que hagan esto, tienes que interactuar con ellos y tratarles de manera personalizada y única.

6. Quiero vender ya.

Las estrategias en Redes Sociales son estrategias a largo plazo que deben diseñarse y medirse como tal. Hay empresas, y no solo hablo de empresas pequeñas, sino de grandes empresas que tienen muchos recursos, que para su campaña de navidad deciden empezar una estrategia en redes sociales el 1 diciembre esperando que les reporten ventas, y pasadas las navidades ya no hacerles caso, ¿para qué?

7. Creer que las redes sociales son una cosa aparte de las acciones de marketing de la empresa.

Realmente las redes sociales son una parte más de un plan de marketing en una empresa, y debe planificarse como tal y coordinarse con otro tipo de acciones publicitarias, promocionales o de RRPP

8. ¿Social Media? Sí, estoy en Facebook y Twitter.

Hay vida en redes sociales más allá de Facebook y Twitter, y además vida inteligente, por lo que para tener éxito debemos elegir qué redes nos resultan más interesante y valorar también

aquellas redes sociales verticales específicas de nuestro sector.

9. Yo hago lo mismo en Facebook, que en Twitter que en los blogs.

Hay empresas que piensan que todo es para todo, que pueden hacer lo mismo en todas las redes sociales, cuando lo ideal sería en base a nuestra planificación definir qué misión va a cumplir cada red social y hacerlas convivir y complementarse.

10. ¿Una estrategia en redes sociales? Vaya tontería, voy a llamar a mi hijo que de esto sabe.

Para que una empresa exprima al máximo los distintos recursos de las redes sociales es necesario que detrás haya una empresa o profesional con experiencia y conocimientos en el tema, que les ayude a implantar una estrategia real y eficiente capaz de cumplir los objetivos y rentabilizar la inversión.

Imágenes espía de las nuevas Páginas de Fans de Facebook

Hoy me he levantado con una noticia de mis amigos de @talasoatlantico comentándome que ya habían visto cómo iba a ser el nuevo diseño de las páginas de fans de Facebok, y la verdad que la noticia me sorprendió porque no tenía ninguna información al respecto, pero buscando he encontrado a las 2 de la mañana una captura similar que ha publicado Mashable, así que me gustaría compartir con todos vosotros **en exclusiva el nuevo diseño de las páginas de fans:**

¿Has visto los cambios? Los más llamativos son:

- *Las pestañas desaparecen de la parte superior y pasan al lateral*
- *Crean un boton en la parte de arriba junto con el de estado que es "Pregunta"*
- *Referente a las notificaciones de las acciones del muro de la pagina de empresa, se realizan como si fuese un perfil personal (comentarios, Me gusta …)*

¿Qué os parece? La verdad es que todavía no está operativo, de hecho esta captura como podéis ver la hicieron mis amigos de Talaso Altlántico cuando lo vieron y casi de inmediato al actualizar la página desapareció volviendo a ver las páginas tal y como las conocemos.

Por esto supongo que están haciendo pruebas para el lanzamiento del nuevo diseño unos días después de comunicar el nuevo perfil de usuario de Facebook , así que por el momento no hay fecha definida.

Presentación "Cómo utilizar el Social Media en tu empresa: Canales y Herramientas" en el I Congreso de Social Media Marketing

Ayer comenzó el **I Congreso de Social Media Marketing** en la Universidad de Ciencias de la Comunicación de Málaga, donde tuve el privilegio de ser uno de los ponentes y desvirtualizar a muchos buenos amigos de Twitter como abladias, leoiroz, soastec, LopezMalax…. y muchos más.

Tengo que decir que el congreso en el día de ayer, aunque no me fue posible estar todo el tiempo, resultó muy interesante y los asistentes disfrutaron con las distintas ponencias, y hoy continua con ponentes de la talla de RobertoCarreras por lo que se espera una jornada apasionante.

Me gustaría compartir con todos la presentación que hice donde hablé de **cómo puede una empresa estar presente en las redes sociales de una manera efectiva** y utilizar nuevas tecnologías que ya han llegado para integrarlas en sus redes sociales y conseguir innovar y posicionarse como referentes en su sector.

Tengo que destacar que durante la ponencia ante una pregunta que realizó un asistente sobre el grado de importancia y

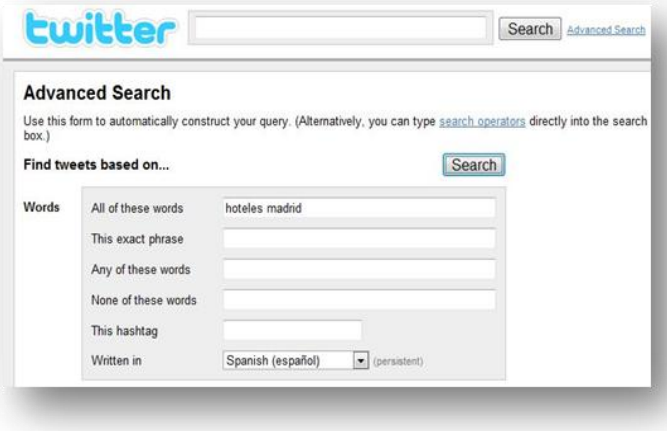
efectividad de las redes sociales verticales, puse como caso de éxito la Comunidad Hosteltur, de la que además soy usuario activo y me han tratado muy bien desde que entré en ella.

http://prezi.com/y-fmih9pqikn/como-utilizar-el-social-media-en-tu-empresa-canales-y-herramientas/

Cómo usar el buscador avanzado de Twitter

A día de hoy los buscadores más conocidos son Google, Yahoo y Bing, y si nos centramos en España Google es el más usado con una cuota de mercado del 94%, pero ¿se mantendrá esto en el futuro cercano?

El **buscador de Twitter cada día es más usado por los tuiteros** y con el nivel de crecimiento que está experimentando Twitter en nuestro país, no es de extrañar que **en los próximos años le quite una importante cuota de mercado a Google**, lo que todavía deja más a la vista la importancia de que las empresas cuenten con un perfil corporativo en Twitter desde donde comunicarse con sus clientes.



Por ejemplo, he realizado la búsqueda “Hoteles Madrid” y los resultados mostrados son relevantes, es decir, probablemente si busco un hotel en Madrid, los resultados de Twitter me ayudarán a encontrar el que más se adapte a lo que necesito:

Como puedes ver **pasamos de una búsqueda artificial a una búsqueda social**, donde son las propias personas quien nos dan información sobre aquello que buscamos.

A continuación puedes ver un video (en inglés) de cómo funciona el buscador avanzado de Twitter y cómo usarlo:

http://www.youtube.com/watch?v=0VzGIICDgs0

Lo mejor es que compruebes por tí mismo el funcionamiento del buscador avanzado de Twitter al cuál puedes acceder desde *http://search.twitter.com/advanced*.

Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

Estrategias hay tantas como ideas se pueden generar, y sabes que son cientos las herramientas disponibles en Social Media y miles las formas de usarlas, pero haciendo un resumen de todo llegamos a la conclusión de que **las grandes empresas usan sólo 5 estrategias en Social Media para incrementar sus ventas** y obtener un retorno de la inversión tanto en términos cualitativos como cuantitativos.

Para ello deberemos definir métricas más complejas, no estoy hablando de quedarnos simplemente en el número de fans, comentarios (aunque son datos importantes y también deben medirse) … sino que **debemos ir más allá y definir métricas reales como leads generados**, conversión a clientes e ingresos producidos.

Vamos a ver una por una cada una de las estrategias con ejemplos, que luego podrás analizar y valorar cómo aplicarlas a tu negocio.

Estrategia 1: Imagen de marca

Una de las principales estrategias en Social Media es mejorar la imagen de marca y notoriedad de una empresa, y para ello **una muy buena opción es realizar videos virales que se distribuyan en plataformas como YouTube**, pero no debemos quedarnos sólo en imagen de marca, sino que tenemos que ver cómo aprovechar todo el tirón que produce un video viral para generar ventas.

Como ejemplo voy a tomar una campaña que realizó Toyota para la promoción de uno de sus modelos en formato de miniserie creando a la familia Sienna que consiguió más de 8 millones de impresiones con sus videos en YouTube, y logró que la gente que los veía los compartiese con sus amigos a través de sus redes sociales ayudando a Toyota a reforzar su imagen de marca, en definitiva, **convirtiendo a los propios usuarios en preescriptores de su marca** y del nuevo modelo de coche.

Aquí os dejo uno de los videos de esta campaña de Toyota:

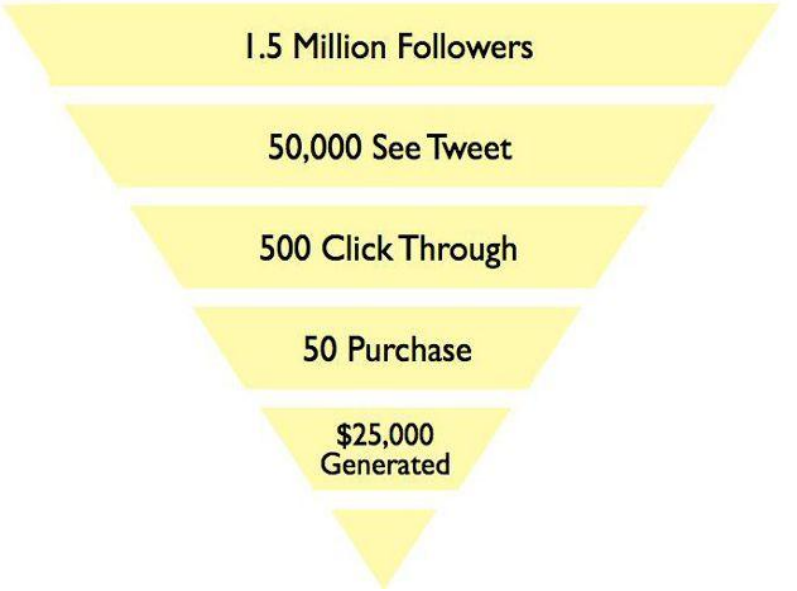
http://www.youtube.com/watch?v=hiLNG153aRI

Estrategia 2: Ventas Online

Si tu empresa vende productos online, uno de tus objetivos será conseguir que los usuarios lleguen a la página de tus productos y los compren, pero ¿cómo hacerlo?

A esta pregunta puede responder muy bien la empresa de ordenadores Dell, la cual utiliza su canal de Twitter con más de 1,5 millones de seguidores para comunicar ofertas y promociones en sus productos con una muy buena rentabilidad.

Si realizamos un ejercicio improvisado analizando el ROI de Dell podemos concluir que si cuentan con 1,5 millones de seguidores, y por cada tweet que lanzan lo ven algo más del 3% de seguidores, de los cuales el 1% hace click en el enlace para tener más información de la oferta, y de esos el 10% se decide a comprarlo, el resultado es que por cada tweet promocional generan 50 ventas que a una media de 500$ por ordenador se convierte en **25.000$ de retorno de la inversión por cada tweet promocional** que Dell lanza. ¿Os parece rentable?



Estrategia 3: Estudios de Mercado

Otro de los potenciales de las redes sociales es su **capacidad para usarlas como herramienta de estudios de mercado**, donde podemos conocer datos muy valiosos para nuestro negocio.

Uno de los mejores ejemplos es el llevado a cabo por la empresa Starbucks con su web MyStarbucksIdea.com, donde decidieron crear una plataforma para que los usuarios pudiesen

dejar sus ideas para mejorar Starbucks. El resultado fue digno de mención, ya que los usuarios no sólo dejaban miles de ideas sino que además votaban las que más les gustaban, dejaban sus opiniones…

Estrategia 4: Fidelización del cliente

Es sabido por todos que cuesta más conseguir un nuevo cliente que fidelizar uno actual, y en base a esto **algunas empresas han decidido utilizar las redes sociales como herramienta de fidelización**, y uno de los mejores ejemplos es la estrategia en social media de Comcast, una empresa que contaba con muy mala imagen de marca y decidió implantar un sistema de atención al cliente usando varios canales en Twitter donde un equipo real de personas se dedican exclusivamente a dar soporte a los clientes y **convertir quejas y solicitudes de baja en nuevas oportunidades de negocio**.

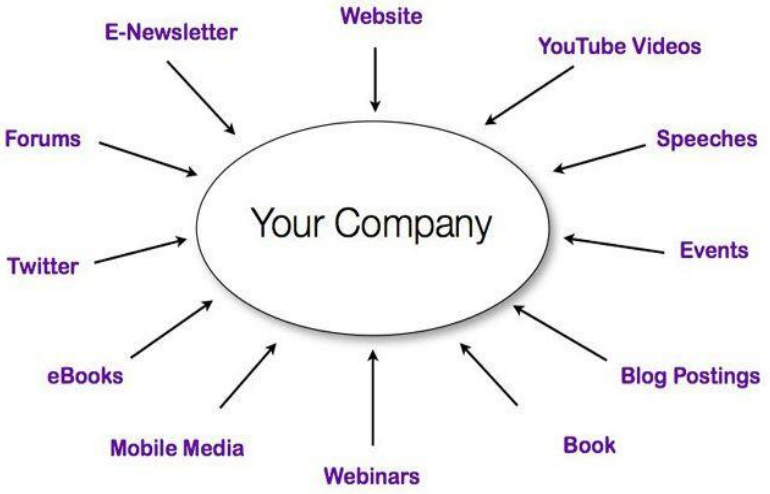
Los resultados después de 12 meses son visibles, a día de hoy ya cuentan con más de 45.000 seguidores en Twitter, y esta estrategia les está ayudando a convertir a sus clientes en potenciales vendedores de su marca a su círculo de amigos.

Estrategia 5: Captación de Leads

La generación de bases de datos de potenciales clientes, es una de las tácticas empresariales más rentables a largo plazo ya que nos permite abrir un canal de comunicación de promociones con personas interesadas en nuestro producto, al poder enviar comunicaciones directas y personales mediante

campañas de email marketing, por lo que las redes sociales y la generación de leads deben ir de la mano.

Para captar leads podemos usar distintas herramientas, y por ello debemos definir una estrategia donde aprovechemos todo el potencial de Internet apoyándonos en nuestra web, videos de YouTube, descarga de ebooks, blogs…. de tal manera que poco a poco vayamos generando una potente base de datos cualificada que nos ayudará a convertir en ventas.



Estas son las **5 estrategias** en Redes Sociales más usadas por grandes empresas y que además han demostrado su eficacia, por lo que es hora de ver cómo podemos aplicar a nuestra empresa todas estas estrategias para que al igual que las grandes conseguir que las Redes Sociales nos ayuden a aumentar nuestras ventas.

Cómo integrar Redes Sociales y Email Marketing

Las acciones de email marketing llevan ya usándose muchos años y está más que demostrada su efectividad en aquellas acciones que van muy definidas y segmentadas, es decir, si por ejemplo disponemos de una base de datos de emails de gente que está interesada en aplicaciones para iPhone y les envíamos una email informándoles del lanzamiento de una nueva y novedosa aplicación, y además este email está bien estructurado, con un asunto adecuado y revisado en materia de usabilidad, la tasa de apertura será muy elevada y probablemente también el ratio de conversión, por lo que conseguiremos una acción muy rentable.

Pero si al email marketing le unimos el marketing en redes sociales, hay estudios que demuestran que **el ratio de efectividad se incrementa hasta en un 30%**.

A la vista de esta situación está claro que al menos debemos probar en establecer sinergias entres nuestras estrategias de captación de emails y nuestras acciones en redes sociales.

¿Qué podemos hacer?

- Integrar en nuestros canales sociales la opción de **suscribirse** por email a las noticias de nuestro blog o a un newsletter
- Dar la opción desde nuestros perfiles sociales a que los visitantes puedan ver newsletters ya publicadas
- En el proceso de captación de emails, hacer siempre referencia **con enlaces** a nuestros perfiles sociales
- En el newsletter destacar siempre los **iconos enlazados** a nuestros perfiles sociales
- En los emails de confirmación automatizados a los visitantes que se envían cuando se suscriben o realizan alguna acción en nuestra web o red sociales, insertar **los iconos con enlaces** a nuestros perfiles sociales

Estas son sólo algunas de las acciones que puedes realizar para mejorar la integración entre tus redes sociales y acciones de email marketing.

Facebook lanza el nuevo perfil para sus usuarios

¿Conoces ya el nuevo perfil de Facebook? Entra en *http://www.facebook.com/about/profile* y descubrirás el nuevo diseño del perfil de usuarios de Facebook donde **podrás personalizar a tu gusto** cuál quieres que sea la información que se muestra a tus amigos.

Para empezar en su lavado de cara han decidido que lo primero que se muestre de un usuario sea una breve reseña de quién eres, en qué trabajas… le da un aspecto más hacia lo profesional.

Se puede también observar una **mejora en cuanto a la usabilidad hacia lo social** ya que mejora la capacidad de interacción entre usuarios con funcionalidades como últimas fotografías donde has sido etiquetado o "Ver amistad" que te muestra información en común que tienes con otros usuarios.

A continuación puedes ver el video oficial del nuevo perfil de Facebook:

http://www.youtube.com/watch?v=VBVa1SFvMyI

Facebook Credits, el sistema de micropagos de Facebook

Facebook Credits es el sistema de micropagos que Facebook tiene creado para que los usuarios puedan acceder o comprar ciertos contenidos y/o productos previo pago por este sistema.

Facebook Credits **permitirá a muchas empresas rentabilizar su presencia en Facebook** mediante el pago por el uso, visionado o compra de contenido premium.

Pero Facebook Credits va más allá en las aplicaciones que tiene, y viendo las tendencias hacia el uso de Facebook en la venta online de productos, esta nueva herramienta de Facebook **favorecerá la posibilidad de compra en las distintas tiendas online montadas dentro de Facebook**, sin necesidad de tener que recurrir a pagos con PayPal, lo que sin lugar a dudas mejorará los ratios de conversión en venta.

El cliente tan sólo tendrá que comprar créditos de Facebook y pagarlos con su tarjeta de crédito, por PayPal o por el móvil y dispondrá del saldo comprado para gastar en las distintas aplicaciones de Facebook que admitan el pago por Facebook Credits.

¿Quieres saber cómo funciona? Entra en el servicio de ayuda de Facebook Crédits y encontrarás la respuesta a todas tus preguntas.

Boingo: Ejemplo de cómo usar las Redes Sociales para Atención al Cliente

Cada día son más las empresas que usan las Redes Sociales para establecer su servicio de atención al cliente como es el caso de la empresa Comcast que utiliza las Redes Sociales para fidelizar a sus clientes.

¿Por qué? Algunas de las principales razones son la **rapidez de comunicación**, la creación de una comunidad en torno a tu marca y que además **el coste de implantación es mucho menor al de otros medios tradicionales**.

Hoy quiero compartir con vosotros cómo la empresa Boingo usa de manera efectiva las Redes Sociales como canal de atención al cliente:

Boingo

Boingo es una empresa que provee a nivel mundial distintos puntos de acceso a Internet vía WI-FI, y ha sabido utilizar sus distintos canales sociales como canales de atención a sus clientes.

Su canal en Twitter cuenta con más de 4.900 seguidores, y tres personas dan soporte técnico a través de él, y se preocupan de

que el servicio sea excelente, y de no serlo se ponen en contacto con ellos para ver el problema, como muestra este tweet:

@thefoxisblack Sorry about the frustrating experience. Would you please email bnguyen@boingo.com? We'd like to make it up to you.

En su página de Facebook también se comunican con sus clientes o con personas que están interesadas en conocer algo en especial, como es el caso del siguiente ejemplo:

Informe sobre Redes Sociales en España por IAB

Hoy quiero compartir con vosotros un interesante estudio sobre las Redes Sociales en España elaborado por IAB, y donde ponen de manifiesto **la evolución desde el 2009 del impacto de las Redes Sociales en los consumidores**.

El valor de este informe es que **está centrado en España**, ya que estadísticas de Redes Sociales hay muchas, pero la mayoría en otros países.

Del estudio realizado me gustaría destacar los siguientes datos que considero de especial interés:

- Del 2009 al 2010 **se ha incrementado en un 19% los usuarios que usan Redes Sociales**, llegando ya al 70%
- Twitter es la red social que más crece en notoridad espontánea en España pasando del 17% en el 2009 al 50% en el 2010
- El 89% de los usuarios de Redes Sociales utilizan Facebook
- Las mujeres utilizan Facebook más que los hombres

A continuación podéis leer completo este estudio:

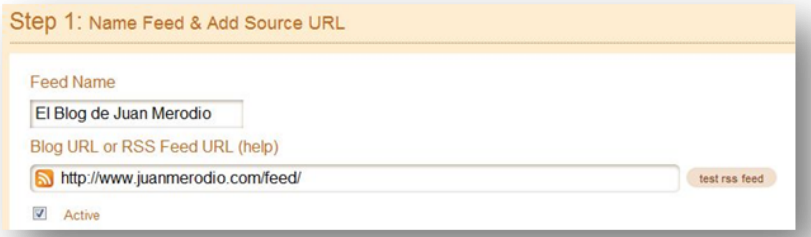
http://www.slideshare.net/IAB_Spain/informe-redes-sociales-iab-2010-noviembre-2010

Twitterfeed, haz que los posts que más te interesen se publiquen en tu Facebook y Twitter automáticamente

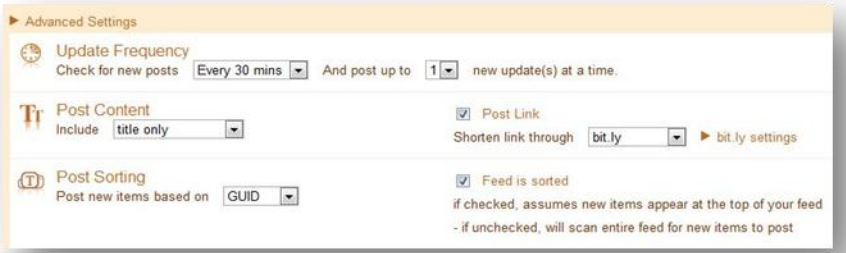
Hoy os presento una nueva herramienta llamada Twitterfeed, que tiene distintas aplicaciones, pero una de ellas muy interesante es que **es capaz de automatizar la publicación en tu cuenta de Facebook y Twitter de aquellos post de los blogs que más te interesan** y que quieres compartir con tus seguidores y amigos.

Para que podais probar como funciona voy a describir paso a paso cómo hacerlo y para ello voy a utilizar de ejemplo mi blog, de tal manera que cuando completeis el proceso todos los posts nuevos que publique a diario en mi blog se compartirán automáticamente en tu Twitter y Facebook (y así de paso me ayudáis a compartir mis posts ;)).

Lo primero es registrarnos en Twitterfeed.com, una vez entres haces click en “Register Now” y tan sólo tienes que poner tu email y una contraseña. A continuación te pide que pongas el nombre del feed (nombre del blog) y la URL del RSS que será de donde coja los nuevos post, esta url que debeis poner es *http://www.juanmerodio.com/feed/* por lo que quedaría de la siguiente manera:



A continuación debes hacer click en “Advanced Settings” (está debajo) y cambiar los campos “Post Content” y marcar la opción “title only” y en “Post Sorting” marcar la opción “GUID”, por lo que debería quedar así:



Ahora haces click en “Continue to Step2″ y desde ahí podrás vincular tus cuentas de Twitter y Facebook.

Comenzamos con Twitter, así que hacemos click sobre él y nos aparecerá un botón azul sobre el que debemos pulsar y nos llevará a Twitter desde donde loguearnos con nuestros datos de twitter para vincularlo:

Para finalizar, debes hacer clic en el botón “Create service” que se encuentra al final de la página para confirmarlo.

Ahora vamos con Facebook para que los post se publiquen en tu muro, y el proceso es el mismo, haces click donde pone Facebook, y te aparecerá un botón sobre el que debes pinchar para autentificarte en Faceboook.

Una vez esté configurado, no olvides hacer click en el botón “All done”, que está en la esquina inferior izquierda de la pantalla para confirmar todo el proceso.

Pues ya está, a partir de este momento se publicarán automáticamente en tu muro de Facebook y tu Twitter los posts que publique en mi blog.

Esto ha sido un ejemplo que evidentemente **puedes hacer con cualquier blog que te resulte de interés** y del que quieras compartir sus posts, aunque si agradecería que también lo hicieras con el mío y así echarme una mano en difundir los posts.

Por si tienes alguna duda, aquí te dejo un video explicativo de cómo usar Twitterfeed:

http://vimeo.com/16996321

Estrategias de Ford en Social Media para conseguir más ventas

La empresa automovilística Ford está apostando fuertemente por las redes sociales, **invirtiendo recursos en ello con el fin de utilizarlas como canal de lanzamiento, promoción y venta de sus coches**.

Uno de los pilares que hace que Ford tenga éxito en las redes sociales es su previa definición de la estrategia a seguir y la anticipación que tienen.

Por ejemplo, para el lanzamiento en Estados Unidos del nuevo Ford Fiesta, **empezaron a mover la campaña un año antes del lanzamiento**, creando una gran masa crítica de seguidores y construyendo un movimiento y expectación que derivó en ventas en el momento del lanzamiento, siendo el **ratio de**

conversión 10 veces mayor al de otros canales tradicionales.

Otra de las estrategias que usa es ofrecer contenido interesante para compartir y darle una gran importancia a sus seguidores en Facebook, hasta el punto de que por ejemplo la presentación del nuevo Ford Explorer se realizó a través de Facebook en lugar de hacerlo en un Salón de Motor tradicional.

A continuación puedes ver el video (en inglés) donde Scott Monty, uno de los máximos responsables de la marca Ford, cuenta las distintas estrategias que siguen en Social Media para difundir su marca y convertir en ventas:

http://vimeo.com/15979645

Mejora la popularidad de tu cuenta en Twitter

¿Cuál es el mejor enfoque para hacer que tu cuenta de Twitter sea popular? Pues la respuesta a esta pregunta dependerá de a quién se la hagas, ya que me he encontrado distintas respuestas, unos dicen que prefieren tener una cuenta en la que predomine la calidad de los seguidores frente a la cantidad, pero por otro lado también he visto estrategias exitosas en las que prima la cantidad frente a la calidad.

Bajo mi punto de vista creo que **dependerá de tus objetivos, tipo de negocio y público al que te diriges**. Yo soy un claro defensor de que **en la segmentación está la rentabilidad de los negocios**, pero en el caso de Twitter hago una excepción ya que ciertas cuentas necesitan tener una gran masa crítica de seguidores para ser efectiva, sin tener tanto en cuenta la calidad de los mismos.

En base a estas dos opciones y para saber cuál es la que mejor se adapta a tu negocio debes antes definir los siguientes puntos:

Fíjate un objetivo principal y céntrate en él

No es necesario tener millones de seguidores en Twitter para que tu perfil te sea útil, de hecho expertos como Guy Kawasaki consideran que **5.000 seguidores ya es un buen número para tener en cuenta**, y se estima que con este número de seguidores si lanzas una pregunta obtendrías 1-2 respuestas, aunque personalmente creo que si los seguidores son activos este ratio se puede incrementar hasta las 7-8 respuestas.

Aún así esta cifra es relativa, ya que puedes tener una cuenta con 1.000 seguidores muy activos, que participan, contestan, te retuitean, y en este caso tendrías un cuenta excepcional.

Dedica el tiempo necesario para dar calidad a tu cuenta

Una cuenta efectiva en Twitter no se crea por casualidad, sino que **es el resultado del trabajo diario donde debes preocuparte por tuitear y conseguir seguidores**, y siempre aportando un valor añadido real.

Céntrate en un mercado definido y vete de menos a más

A la hora de comenzar con nuestra cuenta en Twitter debemos saber a quién nos vamos a dirigir, y para que la comunicación sea más efectiva **es preferible centrarnos en un mercado específico de nuestro sector** y poco a poco ir creciendo y abarcando más espacios.

Por ejemplo, si nos dedicamos a hablar sobre vinos, es preferible empezar hablando de los vinos de Rioja, cuando hayamos conseguido tener presencia notable en este mercado empezar con los de Ribera, y así sucesivamente hasta conseguir abarcar un mercado más grande.

Ofrece contenido interesante a tu mercado

Si la gente te sigue es porque le interesa lo que dices, y esto debe mantenerse en el tiempo, por lo tanto trabaja a diario por ofrecer información que realmente sea de interés a tu mercado.

Interactúa con tus seguidores

Es imprescindible que hables y contestes a las preguntas que te hacen tus seguidores, ya que de esta manera otras personas verán que estás ahí y que reciben una respuesta a su pregunta y se animarán a seguirte.

Dejar tweets sin contestar provocan un efecto negativo y es algo que siempre tenemos que evitar, por lo tanto permanece atento a todo lo que te dicen tus seguidores.

Twitter Analytics, la nueva herramienta de analítica de Twitter

Hoy os quiero adelantar que en breve **Twitter lanzará su herramienta oficial de analítica llamada Twitter Analytics**, aunque por el momento sólo un pequeño grupo de elegidos son los que pueden probarlo.

Con Twitter Analytics podremos obtener gran cantidad de información sobre nuestra cuenta de Twitter que nos resultará de gran interés para poder valorar el alcance de nuestros tweets, repercusión, eficacia…

Entre estos datos destacar algunos como qué tweets han provocado que nos dejen de seguir o cuál ha sido el usuario más importante que nos ha hecho retweet.

Todavía hay poca información al respecto pero si puedo adelantar que **la herramienta será gratuita** por lo que podremos utilizarla sin tener que pagar nada por obtener datos estadísticos de interés de nuestra cuenta de Twitter.

A continuación os dejo unas imágenes reales de cómo mostrará Twitter Analytics sus datos:

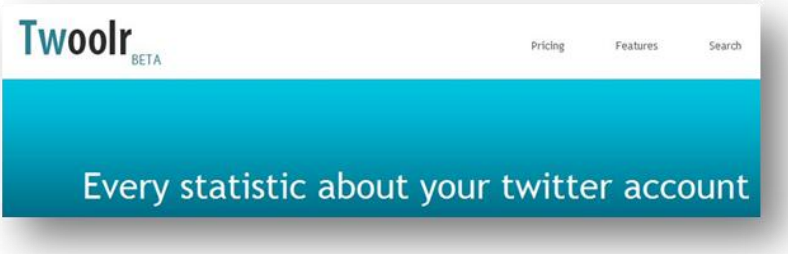
Timeline Activity
Promoted Tweets
Mentions, Follows, Unfollows (6-hour increments)
524 mentions
1,272 follows
662 unfollows
Oct 18
Oct 25
Nov 1
Nov 8
Nov 15
Last 31 days of tweets
Show: Best Good All
Faves
Retweets
Replies
10 Ways to Archive Your Tweets: http://j.mp/1574jJ
12 minutes ago
by @CindyKimPR
Top-performing companies most likely to use analytics in order to make decisions http://ow.ly/3aQ8B #measure RT @thegrok
12:56 PM Nov 16
Tweeting to Sell Cars: Automakers Turn to Social Media Influencers to Drive Sales http://ht.ly/3alSw via WSJ
9:47 AM Nov 16
by @halfbrown
Who's Calling from that #Mobile Phone? Call Tracking Provides Data: Future of Mobile Marketing Whitepapers http://ht.ly/3aloZ
9:38 AM Nov 16
Promoted
More Web 2.0: Top 10 Things u Can Do w/ Call Tracking | Whitepaper Download http://ht.ly/3aeRB #w2s
2:58 PM Nov 15
Promoted
by @DecisionStats
Timeline Activity
Promoted Tweets
Promoted Tweets Dashboard
137K
Tweet Impressions
2,797
Clicks
50
Retweets
35
Replies
Date Range (Pacific Time)
Last 14 days
Update
Show: Top 12 (98% of all tweet impressions)
Impressions per 6h 1d 7d
9,600
4,800
0
Nov 7
Nov 14

Nuevas herramientas útiles para Twitter

Como sabeis hay miles de herramientas para Twitter con distintas funcionalidades, y es difícil estar al tanto de todas, así que quiero compartir hoy con vosotros algunas nuevas herramientas que he encontrado y que pueden resultaros de interés para gestionar vuestra cuenta de Twitter.

Twoolr

Twoolr es una herramienta de **medición de estadísticas** que te da datos interesantes sobre tu cuenta de Twitter.



The Archivist

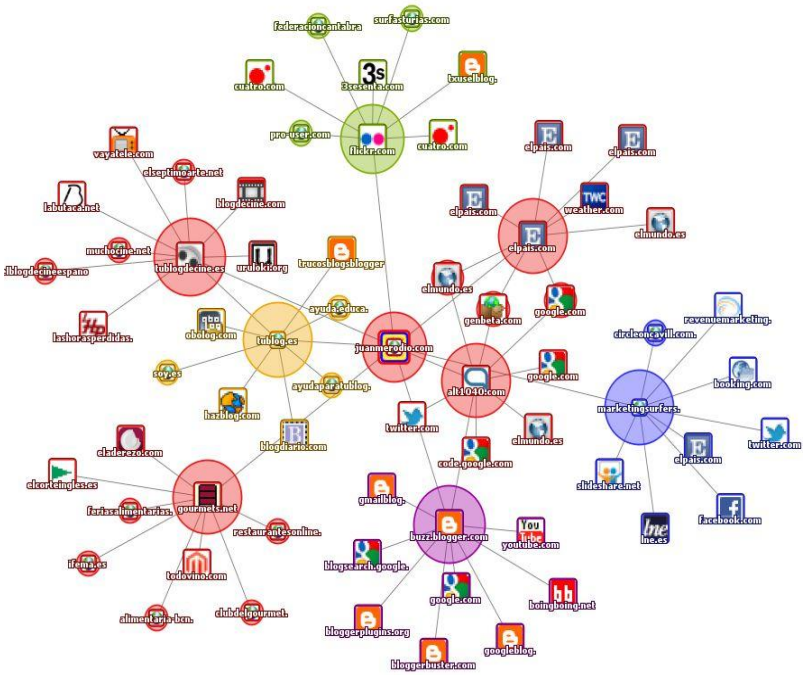
The Archivist es una herramienta especialmente útil **para saber las menciones que se han hecho sobre un usuario** en especial o sobre alguna temática o hashtag

Hash Tracking

Hash Tracking es excelente **para monitorizar un hashtag** y tener distinta información detallada y de interés, ya sea porque quieres saber que tal funcionó el hashtag de tu evento o por cualquier otro motivo.

TouchGraph

TouchGraph te mostrará gráficamente las **distintas relaciones existentes entre tu marca y otras**, así como entre perfiles o sitios donde has sido mencionado.

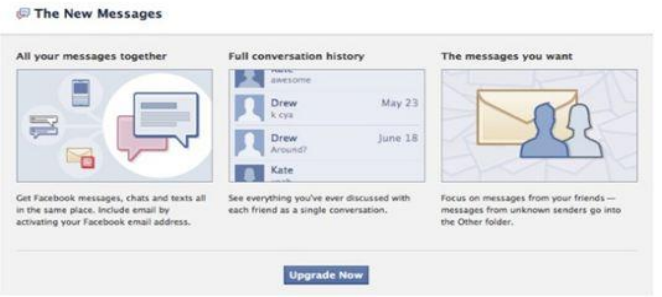

federacioncantabra
surfasturias.com
cuatro.com
3sesenta.com
txuselblog.
pro-user.com
flickr.com
cuatro.com
elpais.com
elpais.com
vayatele.com
elseptimoarte.net
labutaca.net
blogdecine.com
elpais.com
weather.com
elmundo.es
muchocine.net
tublogdecine.es
urtiloki.org
trucosblogsblogger
elpais.com
elmundo.es
ayuda.educa.
genbeta.com
google.com
revenuemarketing.
lashorasperdidas.
obolog.com
tublog.es
juanmerodio.com
circleoncavill.com.
soy.es
google.com
booking.com
ayudaparatublog.
alt1040.com
marketingsurfers.
hazblog.com
twitter.com
twitter.com
elmundo.es
blogdiario.com
elpais.com
cladereza.com
code.google.com
elcorteingles.es
slideshare.net
gnailblog.
gourmets.net
ferias.alimentarias.
facebook.com
restaurantesonline.
buzz.blogger.com
youtube.com
ine.es
ifema.es
blogsearch.google.
todovino.com
google.com
boingboing.net
alimentaria.bcn.
clubdelgourmet.
bloggerplugins.org
googleblog.
bloggerbuster.com

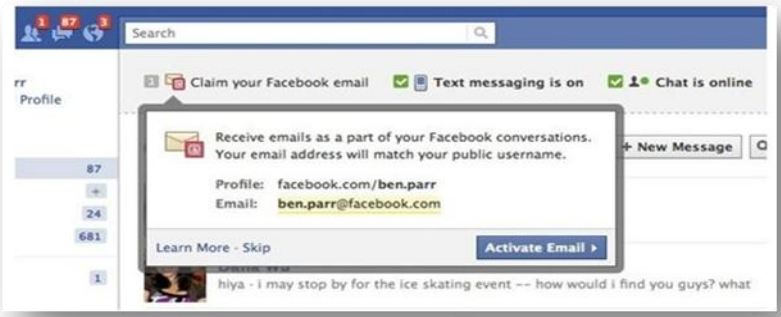
Facebook Messages: el nuevo sistema de mensajería de Facebook

Facebook acaba de presentar su nueva plataforma de mensajería que va más allá que un simple sistema de correo electrónico con la extensión @facebook.com, que será la que tendrán aquellos usuarios que quieran tener su email Facebook.

Se trata de Facebook Messages, una completa herramienta de mensajería para sus usuarios que incluye chat, email, sms… y todo integrado dentro de su plataforma actual.

Por el momento su uso es únicamente bajo invitación, y no sabemos el criterio que siguen para ello, lo que sí sabemos es que si recibes la invitación ya podrás a continuación crearte tu dirección de email en Facebook:





Aquí puedes ver el video oficial de Facebook presentando Facebook Messages:

http://www.youtube.com/watch?v=bdzuFG6q63k

Acción exitosa en Social Media de Ron Barceló

El pasado 12 de noviembre la marca de bebida Ron Barceló organizó una acción promocional dirigida a universitarios la cual tuvo una fuerte base en Facebook.

El nombre era “El día de los 200 de Ron Barceló” con el que consiguió revolucionar a Sevilla e Ibiza.

La acción consistía en invitar a 200 universitarios al azar dentro de la propia universidad para que disfrutasen de la noche de su vida en Ibiza y siguiesen el lema “Carpe Diem”.

La selección fue a tiempo real, es decir, se les invitaba a irse en ese mismo momento a Ibiza y si aceptaban les trasladaban al aeropuerto de Sevilla donde un avión fletado para la ocasión les iba a llevar a la isla ibicenca y concretamente a la discotecha Pachá donde se celebraría la fiesta.

Facebook fue la base dónde se sustentó toda la acción promocional, y comenzaron creando una página de fans (*http://www.facebook.com/pages/El-Dia-De-Los-200/222511170952?v=wall#!/RonBarceloSpain)* donde lo primero que hicieron fue **subir una a una las fotos de cada uno de los 200 elegidos**, y que a su vez cada uno publicó en sus respectivos muros comentarios sobre esta increíble experiencia que estaban a punto de comenzar.

Resultados de la campaña

He tenido la suerte de poder tener acceso a los resultados reales de la campaña y quiero compartirlo con vosotros.

Los resultados han sido excelentes, en los cuatro días siguientes contando desde la fecha del evento (12 noviembre 2010) **han conseguido 5.000 nuevos fans**, 90

publicaciones en el muro de Ron Barceló con más de 167.000 impresiones y un total de 250 Me Gusta.

Estos son los resultados a día de hoy, pero la acción conseguirá todavía mejores resultados ya que taun siguen creciendo los fans, las publicaciones, comentarios, me gusta… en la página de fans de Ron Barceló gracias a esta acción.

Campañas exitosas de Social Media para empresas

El Social Media es cada día más usado por todo tipo de empresas para realizar acciones de marketing efectivas con unos costes más contenidos.

Pero el exito de una campaña en Redes Sociales no sólo radica en una buena planificación y unos recursos adecuados, sino que **la creatividad es una parte fundamental**, gracias a la cual conseguiremos destacar sobre el resto de nuestros competidores.

Hoy quiero compartir con vosotros **dos campañas exitosas** realizadas por dos empresas muy conocidas:

Kraft Foods

Esta empresa lleva muchos años vendiendo en Navidades con mucho éxito unos chocolates, hasta el punto de ser una marca muy conocida y apreciada por los consumidores.

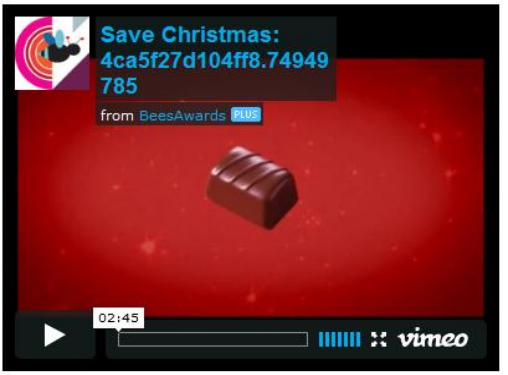
Pero Kraft Food quería ir más allá y conseguir una conexión personal con sus clientes, para lo que **decidió dar la voz a los**

consumidores para que votasen por su chocolate favorito para lanzar en Navidades.

Para ello se crearon páginas de fans, grupos en Facebook y una aplicación que realmente era un test de personalidad que te analizaba en función del chocolate que te gusta.

La campaña fue todo un éxito llegando en tan sólo 4 semanas a los 400.000 votos, 15.000 fans y 140.000 personas realizaron el test personalidad.

¿Retorno de la inversión? Podemos decir que fue excelente, ya que **las ventas de la empresa en esta línea crecieron en un 26%** comparado con la anterior época vacacional.



http://vimeo.com/15588990

Clearasil

La marca quería llegar a los jóvenes rusos que cada vez pasan menos tiempo en la TV y más tiempo navegando en redes sociales, y para ello decidió **lanzar una campaña donde los jóvenes pudieran compartir sus experiencias** y resultados usando los productos Clearasil, y para ello utilizaron una red social muy conocida en Rusia llamada Vkontakte.ru

La estrategia se basó en la creación de grupos donde los jóvenes podían compartir fotos, videos, experiencias y todo ello apoyado con distintas aplicaciones.

Los resultados fueron también excelentes, llegando en un año a registrar 13.000 fotos, más de 120.000 comentarios y 500.000 personas participaron en los grupos.

A nivel de ROI también fue muy rentable ya que las ventas en un año se incrementaron en un 30%.

http://vimeo.com/15588364

Como has podido ver, en ambas campañas los resultados han sido sorprendentes llegando a cumplir los objetivos marcados y afectando de manera positiva a las empresas en cuanto a facturación

RockMelt, un nuevo navegador social

Los navegadores más usados a día de hoy en nuestro país son Explorer, Firefox y Chrome, y la verdad es que los tres son muy parecidos en cuanto a funcionamiento se refiere.

Pero hoy quiero mostraros un nuevo navegador con un claro enfoque al Social Media, se trata de RockMelt.

Este nuevo navegador **tiene multiples ventajas frente a los ya conocidos**, y la primera es que está alojado en “la nube”, es decir, es totalmente online por lo que puedes acceder a él

desde cualquier ordenador con conexión a Internet y para identificarte lo puedes hacer usando tu cuenta de Facebook.

Usando RockMelt podrás almacenar toda la información que es de tu interés como enlaces, perfiles… y además sin miedo a que se pierdan ya que tienen una copia de seguridad online.

¿Quieres verlo funcionar? Echa un vistazo a este video de presentación:

http://www.youtube.com/watch?v=bAPKPhoTqFY

Descubre cómo vender productos a través de tu página de Facebook

Me gustaría comenzar este post diciendo que aunque las Redes Sociales a día de hoy no son un canal de venta directa, poco a poco redes como Facebook van uniéndose al e-commerce y **se van convirtiendo en un nuevo canal de venta** que debemos aprovechar pero siempre teniendo en mente y como objetivo principal ofrecer un valor añadido a nuestros clientes.

Dicho esto hoy quiero hablar sobre **cómo podemos aprovechar nuestra página de Facebook para vender nuestros productos**/servicios, donde podremos utilizar este canal para mostrarlos y donde los clientes puedan directamente comprarlo online.

Actualmente la mayoría del comercio electrónico en Facebook se basa en una semi-integración donde el usuario puede ver los productos pero la compra la finaliza en la web del vendedor no dentro de Facebook, y un claro ejemplo lo podemos encontrar en la tienda de la marca Threadless, donde si decides comprar un producto y haces click en “Add to cart” verás que te redirecciona a otra web fuera de Facebook.

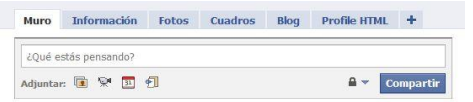
Pero este tipo de comercio online en Facebook está empezando a ser historia, ya que lo último apunta a una completa integración con Facebook donde **el usuario podrá hacer el proceso de compra completo dentro de Facebook** sin necesidad de irse a otra página.

Y un buen ejemplo de ello es la empresa de venta de flores 1-800-Flowers, que han integrado un proceso de compra online completo donde el cliente puede realizar fácilmente y sin salir de Facebook la compra de uno de sus productos.

¿Te parece interesante?¿Te has planteado en montarte una tienda online dentro de Facebook? Tanto si lo has pensado como si no, ya no tienes excusa porque existe una aplicación gratuita con la que puedes montarte tu mismo tu tienda online en tu página de Facebook sin costarte un euro.

No te pierdas la presentación que hice sobre aplicaciones gratuitas para Facebook donde comento algunas de ellas que seguro te resultarán útiles para tu negocio.

Facebook elimina las pestañas en los perfiles de usuario



Según ha comunicado Facebook, desde ayer día 3 de noviembre **han empezado a eliminar las pestañas de los perfiles de todos los usuarios** por poco uso, aunque avisarán de ello.

Estas pestañas son las que aparecen en la parte de arriba que clasifican fotos, videos, notas, aplicaciones….

Si tienes una página corporativa (página de fans) estate tranquilo porque en éstas todo seguirá igual, **el cambio sólo afectará a los perfiles personales** y evidentemente también a todas esas empresas que en lugar de tener una página de fans tienen un perfil personal como página corporativa, lo que como ya he comentado en otras ocasiones no está permitido por Facebook.

Por el momento yo acabo de comprobar mis pestañas y siguen ahí, todavía no se sabe nada al respecto del cambio.

Twitter comienza a poner publicidad en su Timeline

Ya en el mes de junio de este año, Twitter anunció que empezaba con publicidad en su red a través de tweets patrocinados, y ahora amplían su disponibilidad de espacios publicitarios **incluyendo publicidad dentro del timeline**.

Este nuevo servicio se encuentra en fase de pruebas y por el momento sólo lo podrán ver los usuarios que utilicen Twitter a través de la aplicación HootSuite, y sabemos que las empresas Starbucks y Red Bull ya lo están usando.

Estos anuncios serán personalizados para cada usuario en función de los perfiles a los que siga y se mostrarán entremezclados con los tweets normales dentro de su timeline.

Twitter tiene previsto seguir ampliando su oferta publicitaria en función de los resultados que vaya obteniendo con los testeos que realiza.

Coca-Cola Village: Un claro ejemplo de integración de Redes Sociales con la vida diaria

Seguro que en más de una ocasión te has preguntado **cómo aprovechar el potencial de las Redes Sociales en el mundo offline**, y para dar respuesta a ello y abrir un pequeño brainstorming de ideas, quiero compartir con vosotros una acción que realiza Coca-Cola en Israel llamada Coca-Cola Village.

Para empezar me gustaría definir brevemente que es la tecnología RFID, se trata de un sistema de almacenamiento de datos que se usa por ejemplo en etiquetas o como ha hecho Coca-Cola en este caso en pulseras.

Coca-Cola ha organizado en Israel un evento llamado **Coca-Cola Village donde consiguieron integrar a tiempo real la asistencia de los jóvenes al evento con Facebook** a través del uso de pulseras con tecnología RFID en cada uno de los asistentes.

Lo que hicieron es que cada pulsera de cada asistente contenía un código oculto con su acceso a su cuenta de Facebook, y cada vez que iban a hacer alguna actividad dentro de Coca-Cola Village **pasaban la pulsera por un lector y automáticamente se publicaba en su muro un "Me gusta" con la actividad que realizaban**.

Los resultados fueron muy buenos, ya que gracias a los 650 asistentes al evento se consiguió generar más de 100.000 posts en los 3 días que duró el evento, con la consiguiente difusión del mismo en las Redes Sociales.

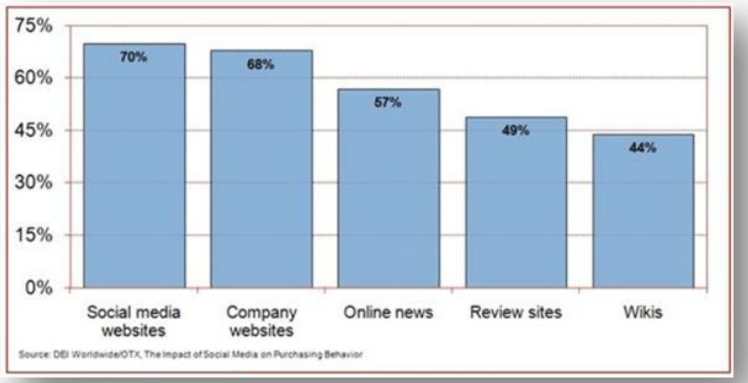
En el siguiente video podrás ver cómo lo hicieron:

http://www.youtube.com/watch?v=xUv0GU5rfHg

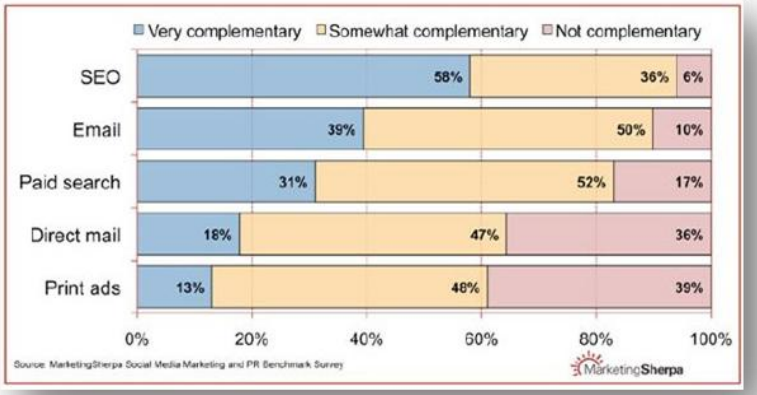
La realidad del impacto de las Redes Sociales en estrategias de marketing de empresas

La empresa Omniture ha realizado un **estudio sobre el impacto de la Redes Sociales en los hábitos de compra del consumidor**, y es interesante ver que las Redes Sociales juegan un papel fundamental en las decisiones de compra de los productos.

En el siguiente gráfico podemos ver **qué medios online prefieren usar los consumidores para informarse sobre marcas, productos y servicios**, y vemos que en primer lugar están las Redes Sociales, seguidas de las web corporativas y noticias.



En el siguiente gráfico vemos por orden de importancia qué es lo más efectivo en Redes Sociales, y observamos que el SEO está en primera posición seguido del email.



Y como último punto vamos a ver la importancia de las Redes Sociales a la hora de complementarse con otras técnicas de marketing, en donde vemos que las principales acciones son mejorar la influencia y notoriedad de la marca así como el posicionamiento en buscadores.

En base a este estudio puedo afirmar que si queremos que nuestra empresa siga creciendo y fidelizando a nuestros clientes es IMPRESCINDIBLE que tengamos una presencia efectiva en Redes Sociales, pero esta presencia esté completamente integrada dentro de un plan de marketing que tenga en cuenta acciones online y offline.

Presentación “Aplicaciones Gratuitas para tu Página de Fans en Facebook” en TRAMA 2010

El segundo día de jornadas del VI Encuentro Nacional de Marketing Turístico TRAMA 2010 impartí un **taller sobre aplicaciones gratuitas para la página de fans**.

Me gustaría compartir con todos la presentación que hice donde presenté aplicaciones gratuitas que pueden ayudarte a desarrollar tu negocio en Facebook y entre las que destaco **crear una tienda online integrada en tu página de fans**, crear páginas personalizadas sin conocimientos de programación o insertar tu canal de YouTube.

http://www.slideshare.net/juanmerodio/aplicaciones-gratuitasparatupaginadefansenfacebook

Presentación "Cómo Crear un Social Media Plan para tu Negocio" en TRAMA 2010

El pasado miércoles 21 de octubre fui uno de los invitados a compartir mis experiencias en Social Media en VI Encuentro Nacional de Marketing Turistico TRAMA 2010, donde el primer día hablé de **cómo crear un Social Media Plan para un negocio**.

Me gustaría compartir con todos la presentación que hice donde comenté los cinco puntos básicos para crear una estrategia empresarial en Redes Sociales y donde también hablé de **nuevas oportunidades publicitarias que nacen de las sinergias entre Redes Sociales, movilidad, geolocalización y Realidad Aumentada.**

http://www.slideshare.net/juanmerodio/cmo-crear-un-social-media-plan-para-tu-negocio

Los secretos para tener éxito en una campaña de Facebook Ads

Los anuncios patrocinados de Facebook o Facebook Ads, son esos **anuncios que aparecen a la derecha de nuestra página de Facebook** y que invitan a seguir a otras páginas.

Los anuncios de Facebook están basados en un modelo de Coste por Click (CPC) o Coste por Mil Impresiones (CPM), y a mi personalmente me ha dado mejor resultado el CPC en el que sólo pagas por cada click que recibes.

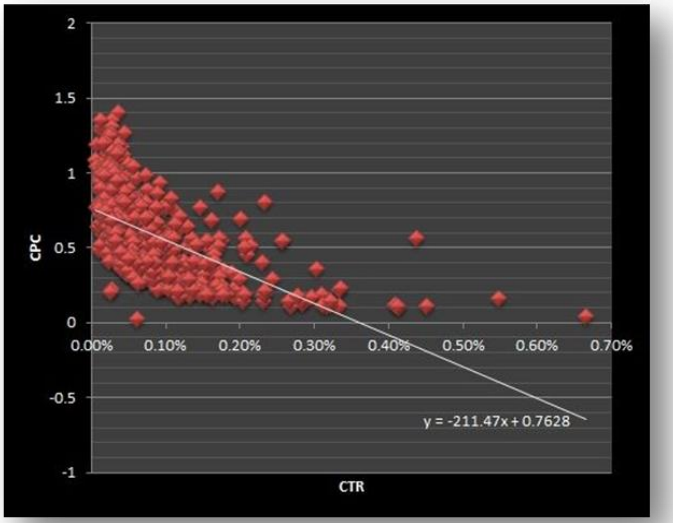
Un reciente estudio realizado sobre Facebook Ads, **ha dejado al descubierto los patrones de funcionamiento de su algoritmo** con lo que vamos a poder utilizarlo para conseguir campañas más efectivas y exitosas.

En este estudio se han planteado ciertas preguntas a las que han dado respuesta, que serán las claves para **conocer el algoritmo de Facebook Ads**. Vamos a responderlas una por una:

¿Es el CPC inversamente proporcional al CTR?

La respuesta es que si, al igual que en Google Adwords, es decir, que cuanto mayor sea nuestro CTR (ratio de clicks por impresiones) más bajo será el coste de nuestro click.

Como podeis ver en el siguiente gráfico **para conseguir un CPC en torno a 0,10€ necesitamos conseguir CTR´s superiores al 0,10%**.



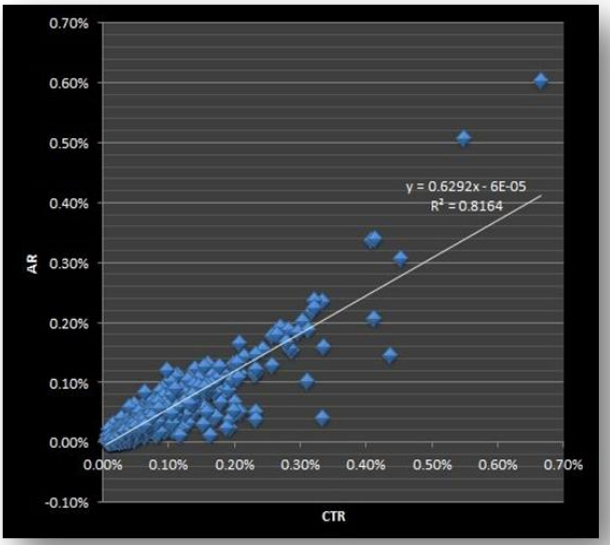
Por ejemplo, si comenzamos una campaña en la que estamos pagando el click a 0,70€, por cada incremento del 0,10% en el CTR, nos supondrá un descenso del CPC de 0,21€.

¿Cuál es la relación entre el Ratio de Acción y el CTR?

Llamamos ratio de acción al % de usuarios que ven un anuncio y posteriormente hacen click en Me gusta, y según este estudio se ha podido ver una relación directa con el CTR.

El CTR será superior al Ratio de Acción porque los clicks incluyen las acciones y las acciones serán alrededor del 50-

70% de los clicks, aunque este dato dependerá de cómo estén hechos los anuncios.

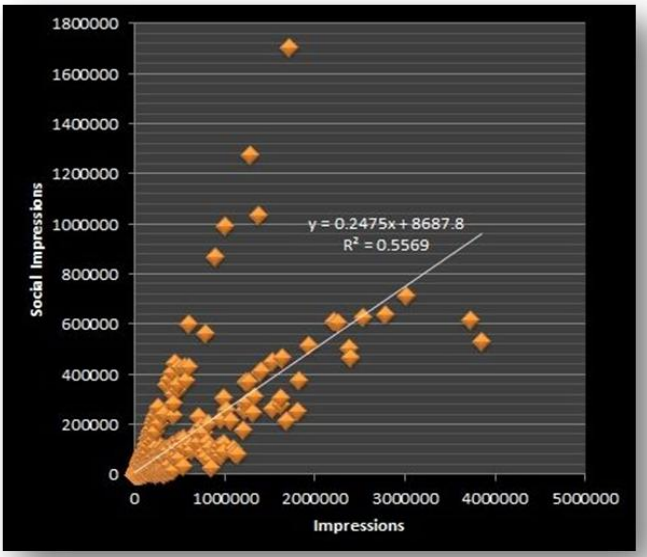


Como recomendación prueba a crear dos versiones de anuncios y monitorizar cuál obtiene mejores resultados.

¿Qué relación hay entre las impresiones sociales y las impresiones totales?

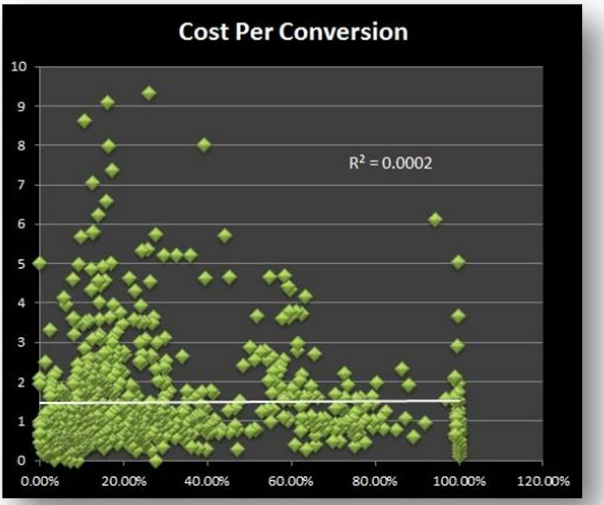
Las impresiones sociales es aquel porcentaje de impresiones en las que ya se han visto también que algún amigo sigue a la

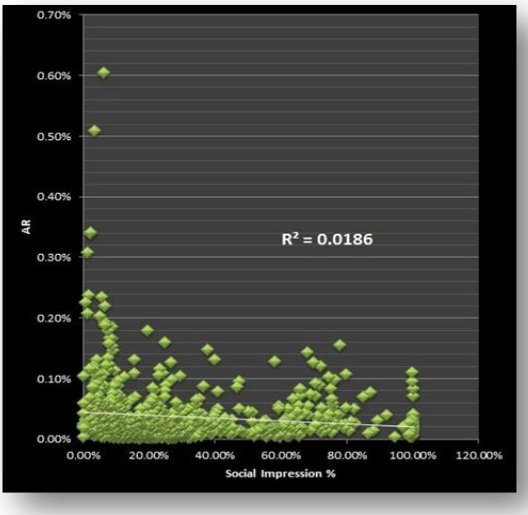
página, y su valor no supera el 30% de las impresiones totales, y entre ambas existe relación.



¿Un incremento de las Impresiones Sociales supone un descenso del Coste por Conversión?¿Significa esto un aumento del Ratio de Acción?

Como demuestra el estudio esto no es así por lo que no debemos optimizar los anuncios para impresiones sociales, y tampoco aumenta el ratio de acción.


Cost Per Conversion
R² = 0.0002
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
0.00%
20.00%
40.00%
60.00%
80.00%
100.00%
120.00%


0.70%
0.60%
0.50%
0.40%
0.30%
0.20%
0.10%
0.00%
AR
R² = 0.0186
0.00%
20.00%
40.00%
60.00%
80.00%
100.00%
120.00%
Social Impression %

Todos estos resultados extraidos del estudio, analizados para nuestras campañas nos ayudarán a optimizarlas mejor y conseguir unos costes más bajos con mejores resultados.

Google In-Page Analytics, la nueva funcionalidad de Google Analytics

Google Analytics acaba de lanzar una nueva funcionalidad llamada “Google In-Page” aunque en la versión española aparece como “Analítica de la página”.

Esta nueva funcionalidad se encuentra en fase de pruebas pero ya puedes utilizarla, y ofrece información de gran interés ya que **te dice porcentajes de click en cada página**, como puedes ver en la siguiente imagen:

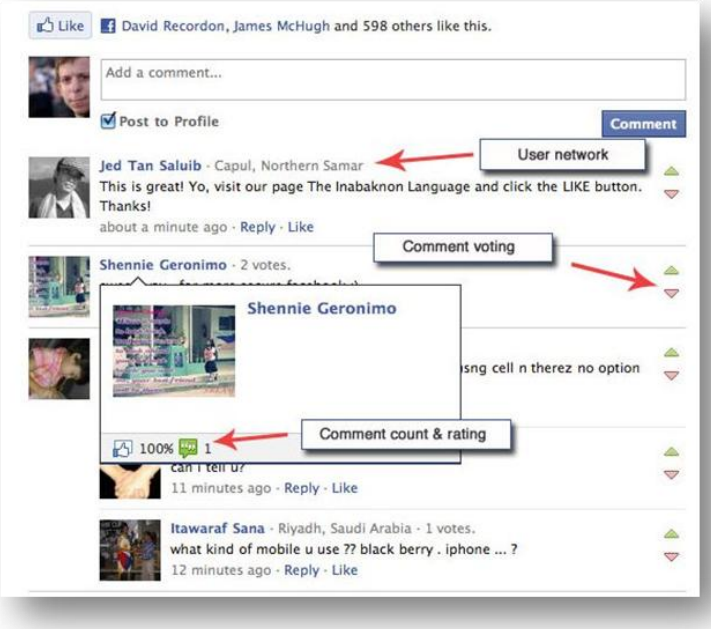
Como puedes ver, te dice el % de clicks de cada enlace, un dato muy útil a nivel de usabilidad web que **nos permitirá saber cuál de todos los enlaces recibe más clicks** y en función de ello poder decidir dónde queremos colocar aquello que más nos interesa destacar.

A continuación os dejo un video explicativo de Google In-Page Analytics (en inglés), en el que verás más a fondo cómo funciona:

http://www.youtube.com/watch?v=Nl8GW3M_2h0

Facebook pone en marcha el botón “No Me Gusta”

Seguro que habeis oido hablar en algún momento del botón “No Me Gusta de Facebook”, pero realmente no existía, fue una especie de bulo, aunque **desde hoy podemos decir que Facebook ya lo ha hecho oficial** y confirma la existencia de este botón.



Con este nuevo sistema, **los usuarios van a poder decir si un comentario le gusta o no** con tan sólo hacer click en una flecha hacia arriba o hacia abajo.

En base a esta votación, **el sistema establece un ranking que cambiará la posición de cada comentario** en función de los votos positivos y negativos que tenga.

Por el momento este botón de "No Me Gusta" todavía no es público, sino que necesita de la instalación del plugin que activa la función de votación, y sólo aquellos que lo tengan instalado podrán hacer uso de él.

Otra limitación de la funcionalidad es que por el momento no está activo para las páginas de Facebook y no sabemos cuándo se hará, lo que si me surge es la duda de que cuando esto sea público, si creará una "guerra" de votaciones para favorecer nuestros comentarios en detrimento del resto.

Facebook ya ofrece Bing como buscador dentro de tu perfil

El buscador de Microsoft (Bing) y Facebook han llegado a un acuerdo, y es que se rumoreaba que Bing iba a integrarse dentro de Facebook y por fin se ha hecho, **ya podemos realizar búsquedas dentro de nuestro perfil en Facebook**.

¿En qué medida afectará esto a Google? Por el momento el acceso al buscador es una aplicación que te tienes que instalar en tu perfil, pero ¿os imaginais lo que podría pasar si el buscador Bing apareciera por defecto en la barra superior de Facebook?

Pero el acuerdo entre Facebook y Bing va más allá, y es que en breve **dentro de los resultados de búsqueda aparecerá el**

botón "Me gusta" para poder hacer click directamente desde el buscador, lo que mejorará la experiencia del usuario, y además aparecerán usuarios de Facebook a los que podrás agregar directamente como amigos.

Otra novedad de Bing es que ya están dando la opción de **compartir resultados de búsqueda con Facebook y Twitter directamente**. Por el momento esta opción sale muy poco, y no sé exactamente el criterio que siguen, como podéis ver en la imagen de todas las búsqueda que he realizado sólo me ha aparecido para la búsqueda Belén Esteban, por lo que me hace pensar que pueden tener implementada esta funcionalidad sólo para búsquedas de actualidad con mucho tirón (nos guste o no, la palabra Belén Esteban es muy buscada en Internet).

Y para que puedas ver más funcionalidades de esta nueva colaboración entre Facebook y Bing, te dejo el video de la presentación que tuvo lugar ayer 13 de octubre de 2010 donde el fundador de Facebook entre otros hablan de todo ello:

http://www.livestream.com/facebookinnovations/share?clipId=pla_ebc420ee-331d-470d-83e5-89c9abf29cfe&utm_source=lsplayer&utm_medium=ui-share&utm_campaign=facebookinnovations&utm_content=facebookinnovations

Cómo promocionar tu página de Facebook con el uso de aplicaciones

Aplicaciones de Facebook hay miles, y **muchas de ellas pueden ayudarte a promocionar tu página de Facebook** y mejorar la comunicación con tus clientes, por lo que voy a destacar algunas que pueden serte de utilidad.

Aplicaciones de video-conferencia y chat

¿Has pensado en establecer un servicio de chat o de video-conferencia con tus clientes? Estas serían dos buenas manera de mejorar la comunicación con tus clientes a través de tu página de Facebook, y para ello puedes recurrir a la aplicación Vpype que te permitirá crear un canal de video-conferencia a tiempo real.

Y para crear una sala de chat que puedes utilizar por ejemplo como canal de atención al cliente, puedes recurrir a la aplicación Clobby, que te permitirá crear una nueva pestaña destinada exclusivamente a chat.

Aplicaciones de geolocalización

¿Quieres conectar tu página de Facebook con tu perfil de geolocalización en Foursquare? Con Placewidget esto ya es posible.

Esta aplicación es especialmente útil si quieres que tus usuarios en Facebook visiten tu perfil de Foursquare desde una nueva pestaña, y **puedan ver lo popular que es tu negocio** así como los últimos comentarios.

Aplicaciones para promociones

¿Quieres realizar en tu página de Facebook sorteos, encuestas….? Las promociones en Facebook son estrategias que están funcionando muy bien de cara a captación de usuarios y que **puedes utilizar para llegar a un mayor número de clientes** y además ofrecerles algo que les pueda interesar.

Entre las aplicaciones existentes podemos destacar Vitrue

Te invito también a ver este video (en inglés) donde hablan de distintas aplicaciones que puedes usar para promocionar tu página de Facebook, entre las que están algunas de las que te acabo de comentar:

http://www.youtube.com/watch?v=nRfAmOAVPFk

Linkedin Signal, segmenta a tiempo real los contenidos de Twitter

Seguro que más de una vez te has preguntado si hay alguna manera de filtrar los contenidos de Twitter y probablemente no la hayas encontrado. Pues comentarte que Linkedin ha puesto en pruebas Linkedin Signal, una **herramienta que te permitirá segmentar los contenidos de Twitter**, categorizarlos y seguir aquellos que más te interesen, aunque debo decir que por el momento su acceso está limitado por invitaciones.

Entre sus funcionalidades destaco la **posibilidad de filtrar los contenidos por categorías** a tiempo real: actividad empresarial, frecuencia de actualización, procedencia geográfica…

También cabe destacar la funcionalidad de buscador de tendencias y de enlaces más compartidos, con lo que podremos conocer aquellos que más interés han causado en la red.

Esta nueva herramienta irá integrada dentro de Linkedin y entre sus beneficios me gustaría destacar la posibilidad de mejorar tu networking estableciendo contactos con personas afines a tus intereses.

Cómo sacar partido de la publicidad dentro de los juegos en Facebook

Facebook es una gran canal de comunicación con los clientes, pero también lo es publicitario, y dentro de las opciones que existen una de ellas muy interesante y poco explotada por las empresas es **la publicidad en los juegos de Facebook**.

Insertar anuncios integrados en juegos sociales de Facebook te permitirá llegar a una gran cantidad de potenciales clientes a los que les puedes comunicar tus ofertas de una manera distinta y poco intrusiva, lo que se traduce en un mayor índice de rentabilidad.

Si tenemos en cuenta que según un reciente informe de Nielsen, **los juegos online se han convertido en la segunda actividad más practicada en Internet** sólo superado por el Social Network, podemos suponer la importancia y relevancia que adquieren a nivel publicitario para las empresas. Echa un vistazo a un resumen del estudio sobre lo que más hace la gente en Internet:

Top 10 Sectors by Share of U.S. Internet Time				
Rank	SubCategory	Share of Time June 2010	Share of Time June 2009	% Change in Share of Time
1	Social Networks	22.7%	15.8%	43%
2	Online Games	10.2%	9.3%	10%
3	E-mail	8.3%	11.5%	-28%
4	Portals	4.4%	5.5%	-19%
5	Instant Messaging	4.0%	4.7%	-15%
6	Videos/Movies	3.9%	3.5%	12%
7	Search	3.5%	3.4%	1%
8	Software Manufacturers	3.3%	3.3%	-0%
9	Multi-category Entertainment	2.8%	3.0%	-7%
10	Classifieds/Auctions	2.7%	2.7%	-2%
	Other	34.3%	37.3%	-8%
Source: The Nielsen Company				

La plataformas de juego online en Facebook, ofrecen a las empresas distintos soportes muy rentables como pueden ser:

- Servicios de suscripción
- Anuncios locales
- Encuestas
- Videos promocionales
- Anuncios publicitarios
- Regalos virtuales

Fijaros en la siguiente imagen, se trata de un juego donde hay una valla publicitaria y donde podríamos por ejemplo insertar nuestra oferta:

Otra idea por ejemplo sería el nombre de un producto nuestro dentro de un listado de productos virtuales a comprar:

O incluso crear nuestro propio juego donde tenga presencia nuestra empresa:

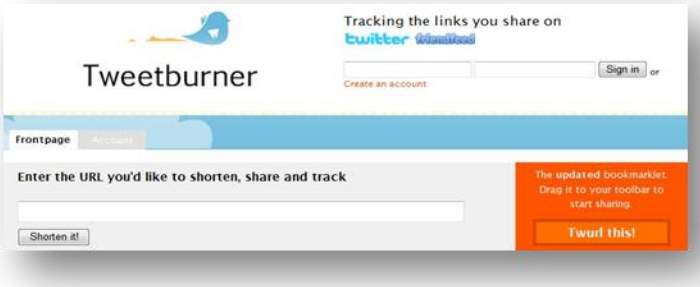
Como puedes ver, **los juegos sociales de Facebook abren a las empresas un amplio abanico de posibilidades publicitarias** aún por explotar y con un gran poder de interacción con el consumidor.

Aplicaciones de Twitter para mejorar tu marketing

¿Quieres sacarle más partido a Twitter? Cada vez son más las aplicaciones Twitter disponibles y que nos facilitan y mejoran nuestro trabajo en Redes Sociales, y hoy te quiero mostrar **algunas que te pueden ser de gran utilidad para el marketing de tu negocio**.

Tweetburner

Con Tweetburner podrás acortar un enlace para que ocupe menos espacio en el tweet y además monitorizarlo para saber qué alcance ha tenido: nº de clicks, retweets…



twtQpon

¿Quieres ofrecer cupones descuento a través de Twitter? twtQpon te lo pone fácil y te permite crear un cupón que se distribuya a través de Twitter, y con el que podrás realizar ofertas a los usuarios.

Magpie

¿Marketing de afiliación a través de Twitter? Esto es en lo que consiste Magpie, un servicio que **ayuda a poner en contacto a usuarios de Twitter y anunciantes**, donde podrás contactar con usuarios que te ayuden a promocionar tus productos a través de Twitter a cambio de una remuneración económica. En el siguiente video puedes ver su funcionamiento:

http://vimeo.com/3485401

Cómo conseguir miles de fans en tu página de Facebook a un coste muy bajo

Este es uno de los misterios mejor guardados por ciertas páginas en las que ves crecer su número de fans de una forma increíble, pero realmente no hay ningún misterio, sino **simplemente técnicas y estrategias bien aplicadas que hacen que vayas incrementando progresivamente el número de seguidores** de tu página de fans con unos costes muy reducidos. ¿Quieres conocer cómo hacerlo?

Para conseguir incrementar de manera notable nuestro número de seguidores vamos a recurrir a **poner en marcha una campaña de Facebook Ads**, esos anuncios de pago por click que aparecen a la derecha de la pantalla.

Creación de una Landing Page adaptada al objetivo

El primer y más fundamental paso es **crear una landing page adaptada al tipo de acción que pretendes realizar**, y con ello quiero remarcar que NUNCA debemos enviar a la gente que no es fan al muro sino directamente a nuestra landing page adaptada para la acción que vamos a realizar.

Ten en cuenta que uno de los factores que definirán el éxito o fracaso de tu campaña en Facebook será la landing page que

hagas, y por lo tanto será la responsable directa de que la inversión económica realizada tenga un ROI positivo o negativo.

Para conseguir que una landing page sea efectiva **debe ofrecer a los potenciales fans un incentivo para hacer click en "Me gusta",** ya sea entrar en un sorteo, un cupón descuento… o cualquier otra cosa que realmente les pueda interesar.

Y como siempre medir la eficacia de las acciones, para lo que podemos usar los embudos de conversion de Google Analytics, que nos dirán el % de usuarios que se convierten en Fans en relación con los que han entrado a la página.

Optimizar las campañas de Facebook Ads

¿Cómo pagar menos por cada click en los anuncios de Facebook? **El coste de cada click depende de la calidad de los resultados**, y es que a mayor calidad, menores precios, por lo que obtendremos más clicks con el mismo presupuesto y con ello seguimos bajando nuestro coste por click.

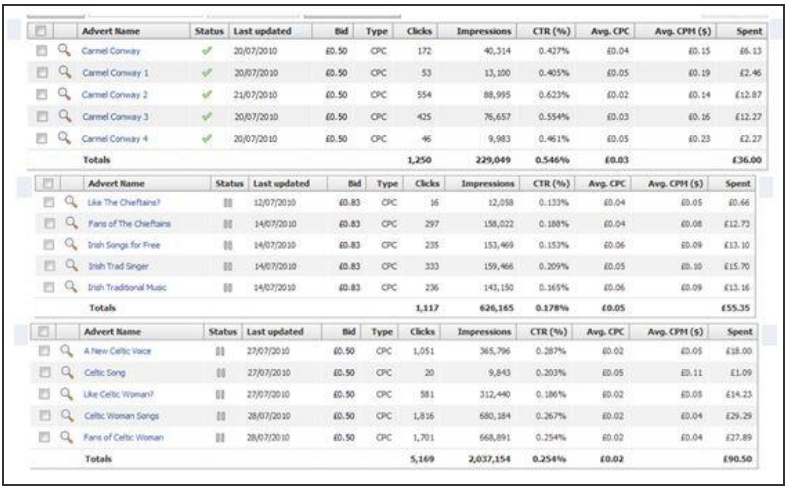
Para conseguir optimizar al máximo nuestra campaña, podemos basar la estrategia en la llamada “Prueba A/B”, es decir, crear dos anuncios con alguna variación entre ellos, ya sea en el texto o imagen, dejarlos funcionando unos días y pasado este tiempo el que peores resultados tenga lo sustituimos por otro nuevo con otra diferencia y volvemos a hacer lo mismo.

De esta manera conseguimos con el tiempo ir optimizando nuestra campaña en Facebook Ads y con ello bajando los costes.

Como referencia, piensa que la diferencia de costes entre un CTR (ratio de clicks por impresiones) de 0,8% y 0,9% puede ser de más de un 25%, por lo que está claro que **la optimización es imprescindible en cualquier acción**.

Resultados reales de una campaña en Facebook Ads

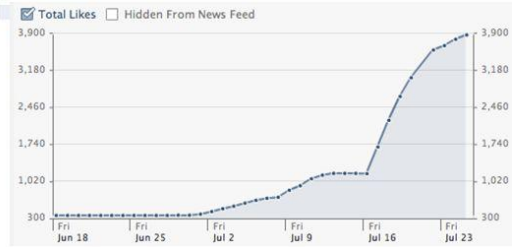
En las siguientes imágenes quiero que te fijes en los resultados obtenidos en una campaña en Facebook Ads, donde aproximadamente con una inversión de unos 265€ (se ha realizado una conversión aproximada de libra a euro) han conseguido 3.000 fans, lo que se traduce en un coste de conversión en fan de sólo 0,08 €.



Advert Name	Status	Last updated	Bid	Type	Clicks	Impressions	CTR (%)	Avg. CPC	Avg. CPM ($)	Spent
Carmel Conway	✓	20/07/2010	£0.50	CPC	172	40,314	0.427%	£0.04	£0.15	£6.13
Carmel Conway 1	✓	20/07/2010	£0.50	CPC	53	13,100	0.405%	£0.05	£0.19	£2.46
Carmel Conway 2	✓	21/07/2010	£0.50	CPC	554	88,995	0.623%	£0.02	£0.14	£12.87
Carmel Conway 3	✓	20/07/2010	£0.50	CPC	425	76,657	0.554%	£0.03	£0.16	£12.27
Carmel Conway 4	✓	20/07/2010	£0.50	CPC	46	9,983	0.461%	£0.05	£0.23	£2.27
Totals					**1,250**	**229,049**	**0.546%**	**£0.03**		**£36.00**

Advert Name	Status	Last updated	Bid	Type	Clicks	Impressions	CTR (%)	Avg. CPC	Avg. CPM ($)	Spent
Like The Chieftains?	▯▯	12/07/2010	£0.83	CPC	16	12,058	0.133%	£0.04	£0.05	£0.66
Fans of The Chieftains	▯▯	14/07/2010	£0.83	CPC	297	158,022	0.188%	£0.04	£0.08	£12.73
Irish Songs for Free	▯▯	14/07/2010	£0.83	CPC	235	153,469	0.153%	£0.06	£0.09	£13.10
Irish Trad Singer	▯▯	14/07/2010	£0.83	CPC	333	159,466	0.209%	£0.05	£0.10	£15.70
Irish Traditional Music	▯▯	14/07/2010	£0.83	CPC	236	143,190	0.165%	£0.06	£0.09	£13.16
Totals					**1,117**	**626,165**	**0.178%**	**£0.05**		**£55.35**

Advert Name	Status	Last updated	Bid	Type	Clicks	Impressions	CTR (%)	Avg. CPC	Avg. CPM ($)	Spent
A New Celtic Voice	▯▯	27/07/2010	£0.50	CPC	1,051	365,796	0.287%	£0.02	£0.05	£18.00
Celtic Song	▯▯	27/07/2010	£0.50	CPC	20	9,843	0.203%	£0.05	£0.11	£1.09
Like Celtic Woman?	▯▯	27/07/2010	£0.50	CPC	581	312,440	0.186%	£0.02	£0.05	£14.23
Celtic Woman Songs	▯▯	28/07/2010	£0.50	CPC	1,816	680,184	0.267%	£0.02	£0.04	£29.29
Fans of Celtic Woman	▯▯	28/07/2010	£0.50	CPC	1,701	668,891	0.254%	£0.02	£0.04	£27.89
Totals					**5,169**	**2,037,154**	**0.254%**	**£0.02**		**£90.50**



Facebook Instant: la búsqueda en tiempo real

Hace unas semanas se presentó Google Instant, que es la nueva manera que Google muestra los resultados de búsqueda a tiempo real según estás escribiendo lo que necesitas buscar. Pues ahora **ya podéis también utilizar** Facebook Instant, **la búsqueda en tiempo real para Facebook**.

Personalmente me parece una herramienta muy práctica ya que **te ayuda a buscar entre páginas, mensajes y eventos de Facebook** aquellos relacionados con el término que te interesa. Por ejemplo, en la siguiente imagen muestro los resultados a tiempo real que ofrece para la búsqueda "Marketing en Redes Sociales":

Además tienes la opción de hacer la búsqueda entre toda la información pública de Facebook o loguearte con tu cuenta y poder también acceder a contenidos privados. Lo mejor es que entrés tú mismo y compruebes los resultados.

Pero antes de nada echa un vistazo al video promocional:

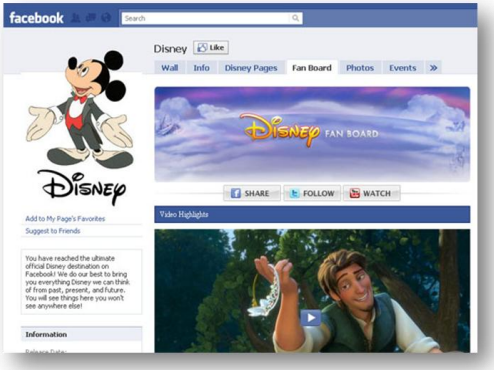
http://www.youtube.com/watch?v=MKfYK0CxkQQ

Ideas para conseguir diseños más atractivos en tu página corporativa de Facebook

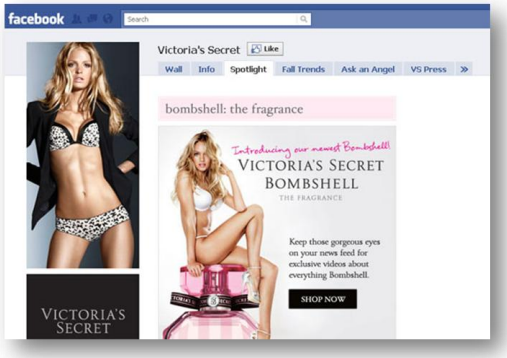
Una de las bases del éxito de una página corporativa en Facebook es su diseño, ya que un diseño elaborado y adaptado a los clientes de cada marca conseguirá llamar más la atención y mejorar sus índices de conversión a fan.

Y para conseguir una buena creatividad para nuesta página de fans podemos hacer una sesión de brainstorming para sacar algunas ideas y luego complementarlo **echando un vistazo a otras páginas de fans con diseños atractivos**, y es en esta segunda parte donde te puedo echar una mano mostrándote a continuación una serie de páginas de fans que te darán ideas para montar en tu negocio:

Facebook Disney

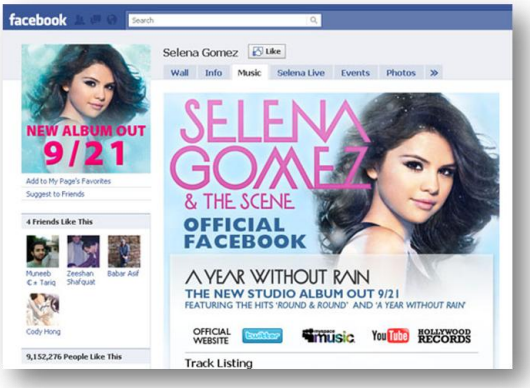


Facebook Victoria´s Secret



Facebook Sony

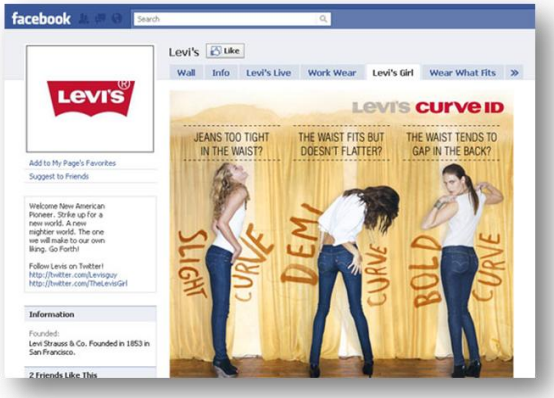
Facebook Selena Gómez



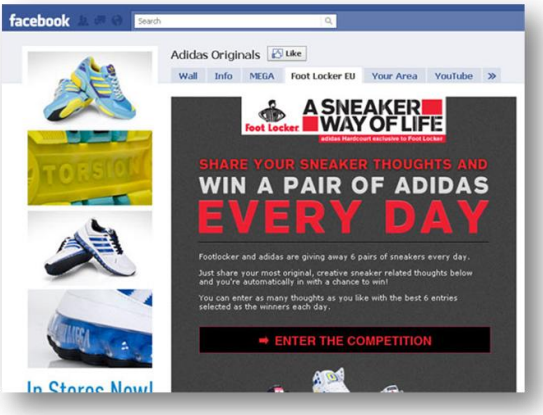
Facebook Pico Dulce

Facebook MCDonald´s

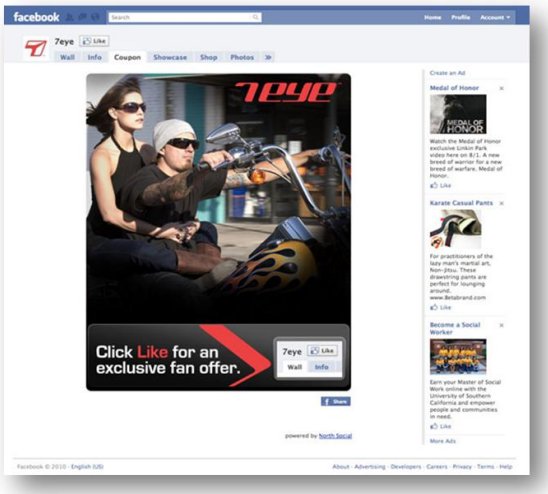
Facebook Levi´s



Facebook Adidas



Facebook 7Eye



Facebook Ben & Jerry´s

Twitter pone en marcha las cuentas patrocinadas

Como cualquier otro negocio, Twitter busca nuevas manera de generar ingresos a través de su plataforma, y hoy está prevista la presentación en Nueva York del **nuevo servicio de cuentas patrocinadas**, con el que las empresas podrán anunciarse en la zona de "A quién seguir" con el fin de destacar su cuenta y conseguir más seguidores.

En principio el beneficio de esta nueva funcionalidad de Twitter radica en la posibilidad de conseguir una gran masa de seguidores para el perfil de tu empresa, que en base a sus preferencias sean potencialmente interesados en tus productos o servicios.

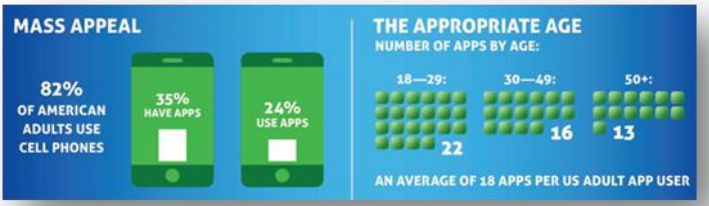
Esto es sólo una muestra de lo que Twitter nos traerá en el futuro, así como otras funcionalidades como servicios de Pago por Tweet.

Estudio sobre la importancia de las aplicaciones en Redes Sociales

Recientemente se ha realizado un estudio en Estados Unidos sobre la **importancia y el uso de las aplicaciones en Redes Sociales**, que nos puede dar una idea del potencial y la importancia que alcanzarán estas aplicaciones en los próximos años.

Para analizar el estudio he realizado capturas de pantalla de lo que considero más relevante y a destacar:

Datos demográficos

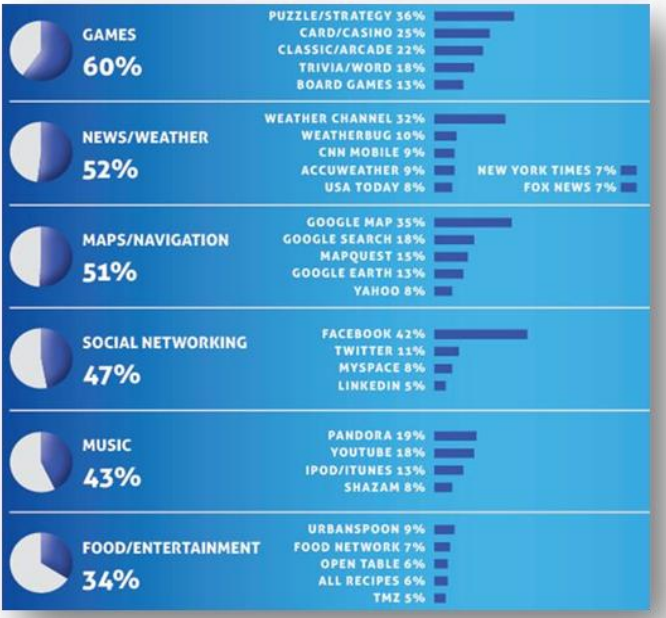


Los datos revelan que el 82% de los adultos usan teléfonos móviles, de los cuales el 24% hacen uso de alguna de sus

aplicaciones en Redes Sociales, y el rango de edad donde más se usa se sitúa entre los 18 y 29 años.

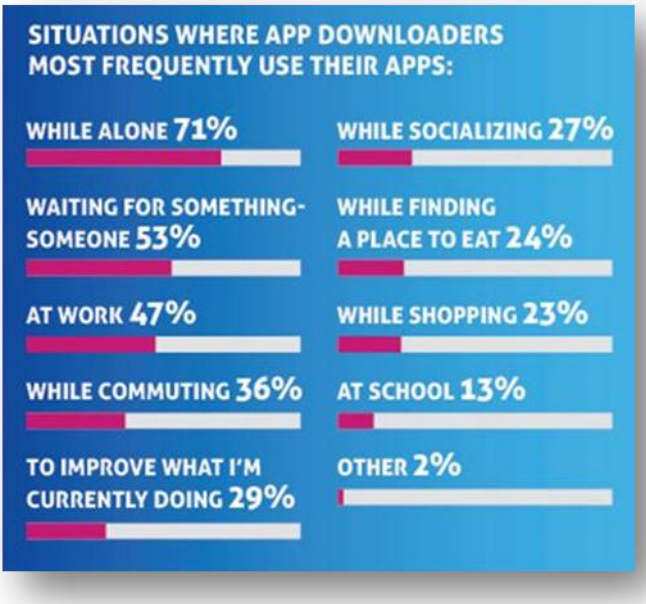
Además los hombres usan más estas aplicaciones que las mujeres (57% frente al 43%) y en su mayoría tienen un nivel de formación medio-alto.

Aplicaciones más usadas



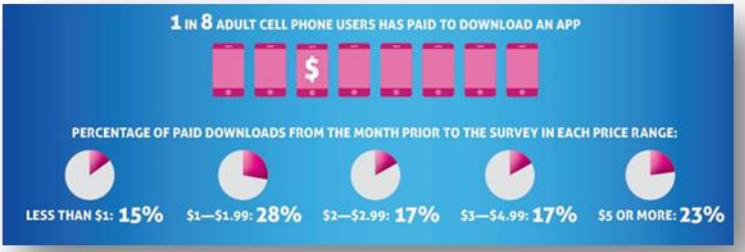
Estos datos están basados en el mes de agosto, y reflejan que el 60% de los usuarios de aplicaciones utilizan las relacionadas con Juegos online, seguidas de noticias, mapas, networking, música y entretenimiento, por lo que **los juegos online a día de hoy son las aplicaciones con mayor penetración de mercado**.

Cuándo se usan más las aplicaciones



Durante el análisis de los momentos en los que los usuarios usan más las aplicaciones, los datos obtenidos nos dicen que en un 71% de los casos es cuando el usuario está solo, seguido de cuando esperan a alguien y en el trabajo.

¿Pagan los usuarios por descargarse aplicaciones?



Los datos nos dicen que 1 de cada 8 adultos ha pagado al menos una vez para descargarse una aplicación de Redes Sociales, y la mayor parte de ellos pagaron entre 1 y 1,99$, seguido de los que han pagado 5$ ó más por la descarga.

Sería interesante poder contar con un estudio similar pero centrado en España, así que esperaremos a ver si alguien se anima a hacerlo.

Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada

Para las empresas estar en las Redes Sociales es importante, es más, yo diría que imprescindible ya que **toda empresa tiene que estar en contacto con los clientes** y establecer un diálogo constante con ellos.

Pero el simple hecho de estar no quiere decir que obtengas buenos resultados, ya que una campaña de éxito en Social Media requiere de una estrategia bien definida y de un control de resultados que nos permite saber si vamos por buen camino, pero no todas las empresas monitorizan y miden si sus acciones en Redes Sociales están obteniendo los resultados que deberían.

Para que tú si puedas medirlo, quiero compartir **15 preguntas que te ayudarán a saber si tu empresa va por buen camino en sus acciones en Social Media** o no:

1. ¿Qué **objetivos** tenéis marcados para conseguir con vuestras acciones en Redes Sociales?
2. ¿Qué **herramientas y factores** monitorizais para saber si una campaña tiene éxito o no?
3. ¿Cuáles son los **canales 2.0 y herramientas sociales** que utilizais en vuestra estrategia?
4. ¿Contais con la colaboración de un Community Manager dedicado a tiempo completo a **dinamizar** vuestra presencia en Redes Sociales?
5. Si no disponeis de **Community Manager**, ¿quién o quiénes de la empresa realizan este trabajo?
6. ¿Tenéis **un plan definido** para monitorizar los resultados de las acciones en redes sociales con herramientas específicas para ello?
7. ¿Hay en la compañía una **división, producto o unidad empresarial** que pueda testear?
8. Si la empresa es activa en **medios sociales**, ¿en cuáles?

9. ¿Están **coordinados** los servicios sociales donde tiene presencia la compañía?
10. ¿Tiene la empresa **herramientas de administración** de campañas para promociones concretas?
11. ¿Conoce la empresa los **gustos y preferencias** de su público objetivo?
12. ¿Cuál es el **valor añadido** que ofreces a tus clientes para que te sigan en las redes sociales?
13. ¿Conoces lo que hace tu **competencia**?
14. ¿C**ompartes** contenidos multimedia en las redes sociales?
15. ¿Cuáles son las herramientas que pone la empresa a disposición de la **estrategia de marketing social**?

Contesta a todas las preguntas de la manera más sincera posible y comprobarás **qué puedes mejorar** para que tu empresa siga creciendo en Redes Sociales.

Aprende a migrar tu blog Wordpress gratuito a un hosting propio

Muchos de los que empezamos con un blog, ya sea personal o corporativo, lo hicimos utilizando los blogs gratuitos de Wordpress donde nos ofrecian el dominio y el hosting sin coste.

Aunque este tipo de alojamiento está bien para empezar, pasado un tiempo **lo mejor es trasladar tu blog a un hosting tuyo** para poder tener un dominio propio y controlar todos los aspectos del blog.

¿Cómo se hace este cambio? Voy a contarte cuáles son los pasos a seguir para una migración exitosa, aunque siempre es aconsejable que puedas contar con la ayuda de un programador para que todo salga bien.

Registro del dominio

El primer paso es **registrar un dominio propio** en el cual quieras alojar tu blog, para ello debes decidir el nombre del dominio ya sea algo relacionado con el sector del que vas a hablar o tu nombre si se trata de un blog personal.

Registrar un dominio tiene un coste aproximado de entre 7 y 12 euros al año, y lo puedes hacer desde muchas empresas que

ofrecen este servicio, eso sí, elige siempre una que sea de confianza y te ofrezca garantías. Entre ellas puedes mirar PiensaSolutions, Arsys o Acens. Tan sólo debes introducir el nombre del dominio, dar a buscar y si está libre seguir los pasos que te indican.

Elección del hosting

Una vez registrado el dominio, es hora de elegir el tipo de hosting que necesitas, y si utilizas Wordpress debes coger un hosting Linux.

¿Cuál de todos elegir? Debes valorar cuáles son tus necesidades y en función de ellas elegir uno, pero ten en cuenta que si **coges uno básico en cualquier momento podrás ampliarlo si necesitas más recursos**, y en la mayoría de los casos para blogs con pocas visitas con el más básico es suficiente, eso sí, fíjate que dispone de bases de datos mySQL.

Los precios de los hosting van desde unos 3 euros/mes en adelante, por lo que como verás el coste no es elevado y las

ventajas son muchas, y te recomiendo coger el hosting en la misma empresa en la que has registrado el dominio.

Proceso de migración del blog

Una vez hecho esto es hora de realizar la migración, y es en este punto donde **si puedes contar con la ayuda de un programador te será de gran utilidad**, ya que siempre se presenta algún problemilla durante este proceso.

Lo primero es acceder al panel de administración del blog y en el menú “Herramientas” de la izquierda, haz click en la opción “Exportar”.

Te abrirá una nueva pantalla y debes seleccionar “Todos los autores” y hacer click en “Descargar el archivo de exportación”, y te creará un fichero con extensión XML donde irá toda la información de posts, comentarios, categorías…

Una vez hayas descargado el archivo, debes bajarte desde Wordpress Español la última versión de Wordpress e instalarla en tu nuevo servidor a través del FTP, y luego importar el archivo XML que hemos creado anteriormente a una nueva base de datos previamente creada.

Si no estás familiarizado con el uso de FTP ni creación de bases de datos, es preferible que te lo haga un programador, **el coste de la migración de un blog sencillo no es elevado** y te quitará de muchos problemas.

Las mejores herramientas para monitorizar Twitter

Cada vez hay más herramientas tanto gratuitas como de pago que nos ayudan a **obtener información sobre nuestra cuenta en Twitter**, y poder realizar un seguimiento para saber si nuestras acciones van por buen camino o no.

De entre todas estas herramientas, he realizado un resumen de las que considero que son más prácticas, aunque tú eres quien decidirá en función de tus necesidades cuáles usar:

- **Trendistic**: te muestra tendencia en Twitter
- **Twitscoop**: podrás generar gráficos, seguir las últimas tendencias en Twitter…
- **MicroBlogBuzz**: conocerás los enlaces más compartidos en Twitter
- **Hashtags.org**: podrás suscribirte a hashtags vía RSS y ver cuáles son más populares
- **Monitter**: seguimiento de hasta 3 palabras clave a la vez en tiempo real

- **Retweetist**: conoce cuáles son los retweets más populares
- **Qtwitter**: recibe información diaria por email sobre quien te ha dejado de seguir
- **Spy**: monitoriza palabras en Twitter y otros medios como blogs
- **Xefer**: Te indica la actividad de un usuario en Twitter
- **Twellow**: Directorio público de cuentas de Twitter categorizadas
- **TweetStats**: Estadísticas sobre un usuario de Twitter
- **TwitterLocal**: Para encontrar usuarios de Twitter en una zona concreta
- **Twubs**: Localiza hashtags que te interesen
- **TwitterFall**: Monitorización en tiempo real. Muy interesante
- **Twistory**: Organiza en un calendario todos tus tweets y create un histórico
- **Twopopular**: Monitoriza hashtags o palabras a tiempo real o en un período de tiempo determinado

- **TweetVolume**: Analiza la frecuencia con la que ciertas palabras son usadas en Twitter

Aprende a sacar todo el partido a Facebook Places para tu negocio

Facebook Places es la nueva aplicación de geolocalización de Facebook que te ayudará a que tu negocio tenga más visibilidad y nuevos usuarios puedan encontrarlo, dejar comentarios…

Todo el tema de la geolocalización es bastante nuevo y poco a poco **las empresas van viendo el potencial de estas nuevas herramientas** que sin lugar a duda jugarán un papel importante en nuestras acciones de marketing.

Para comprender un poco más el funcionamiento de Facebook Places, mira el siguiente video (en inglés) que te ayudará a ver cómo puedes utilizarlo en tu negocio:

http://www.youtube.com/watch?v=H0TFBfk_u-8

Mide si tus acciones en Social Media están ayudando a fidelizar a tus clientes

Cada día vemos más cómo las empresas usan las Redes Sociales no sólo como canal de comunicación o de atención a sus clientes, sino también como herramienta de fidelización de clientes, y además es una de las más efectivas que hay.

Pero la pregunta surge siempre en la misma parte: ¿cómo mido si mis acciones en Social Media están ayudándome a fidelizar a mis clientes? Para verlo vamos a coger el ejemplo de una empresa llamada Comcast que ofrece servicios de Internet, televisión y telefonía y que **se comunica de manera efectiva con sus clientes a través de las Redes Sociales**.

Para ubicarnos, la empresa Comcast tenía un grave problema en su servicio de atención al cliente, hasta el punto de existir una página de fans llamada "Yo odio a Comcast" con más de 6.800 fans.

Para solucionar este problema comenzaron **definiendo una estrategia donde ponían en primer lugar al cliente**, y para ello decidieron crear no sólo un canal en Twitter de atención al cliente sino varios **canales que gestionan distintas personas de la empresa y desde dónde escuchan a los clientes** y les

ofrecen un servicio de soporte rápido y eficaz como es el caso de la cuenta de Twitter @ComcastCares donde a día de hoy cuentan con más de 45.000 seguidores.

Pero, ¿**cómo mide** Comcast **si sus acciones** de atención al cliente a través de Redes Sociales **están siendo efectivas**? Para ello, han definido los siguientes indicadores a monitorizar:

Ratio de fidelización de clientes

Se realiza una comparativa entre la fidelidad de los clientes que interactuan con los servicios de Redes Sociales y los que no, de tal manera que obtienen cuál de ellos son más fieles. Para ello **asignan una valor en dólares para cada cliente** en función de distintos parámetros internos, y así pueden comparar el valor de los clientes de Redes Sociales con los que no lo son.

Reducción de costes

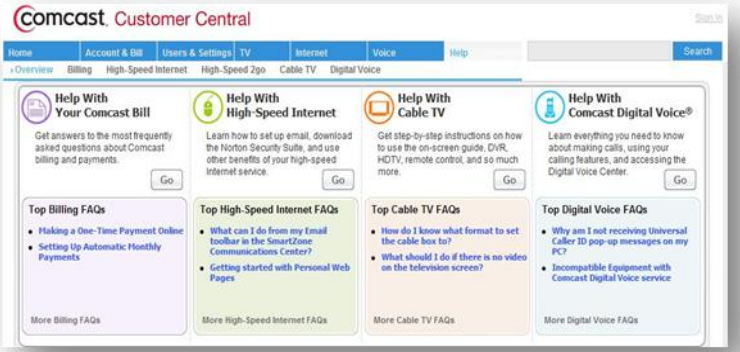
Se realiza una comparativa del número de clientes que usan el servicio de atención al cliente a través de Redes Sociales y a través del teléfono, de tal manera que se obtienen por cada canal parámetros como tiempo medio de resolución de la incidencia, coste unitario y ahorro medio, con lo que pueden saber cuál de los dos canales es más económico y más efectivo, y parece ser que gana el servicio a través de Redes Sociales.

Uso del servicio de información de la web corporativa

La empresa tiene en su web un apartado de atención al cliente, donde ofrecen respuestas a las dudas más planteadas por los

clientes y guías de uso. Con ello pretenden reducir la carga de trabajo del servicio de atención online y con ello reducir costes.

Para medirlo, **analizan cuántos clientes de Redes Sociales usan esta sección en comparación con el resto de clientes** y estiman el ahorro de costes que ello les supone.



Conversión de quejas y solicitudes de baja en oportunidades de negocio

¿Es posible convertir una queja de un cliente en una nueva oportunidad de negocio? Por supuesto que si, y para ello han establecido unos parámetros que hacen que cuando un cliente presenta alguna queja o se intuye una posible baja de su contrato, **el servicio de atención al cliente en Redes Sociales interviene según una estrategia definida** que logra

que un % de estos clientes no cancelen su suscripción o incluso vuelvan a ser clientes aquellos que se dieron de baja.

Esto repercute directamente en la cuenta de resultados de la empresa ya que produce una generación directa de ingresos, por lo que lo miden como un retorno directo de la inversión.

Poder de influencia de los clientes

Está claro que los clientes les gusta comentar con sus contactos tanto las experiencias positivas como negativas con la empresa, por lo que **evaluan quiénes son más propenso a recomendar los servicios de la empresa**, si los clientes de Redes Sociales o el resto.

También estudian si es mayor o menor el número de comentarios positivos comparados con los negativos, y el alcance que han tenido cada uno de ellos.

Venta cruzada

Otro aspecto importante que estudian es si los clientes de Redes Sociales son más propensos a contratar productos adicionales que los que no lo son, y valoran económicamente los ingresos que les produce en este sentido cada uno de los canales.

Nuevos procesos

La empresa desde un principio ha planificado su entrada en las Redes Sociales como una estrategia a largo plazo, en la que saben que aunque inicialmente los beneficios no son muy tangibles, con el tiempo les van a resultar más que rentables, ya que les ayudará a tener clientes más leales, satisfechos y que se conviertan en preescriptores de su empresa, lo que se traduce en ahorro de tiempo, costes y un incremento en los ingresos.

La empresa Comcast es un claro ejemplo de cómo usar las Redes Sociales como canal de desarrollo de negocio y servicio de fidelización de los clientes.

Ahora toca extrapolarlo y ver cómo puedes implantar este tipo de procesos en tu empresa.

Crea en tu página de Facebook contenido diferente para los fans (se lo merecen)

¿Has pensado en ofrecer contenido diferente dentro de tu página de Facebook a las personas que son fans?

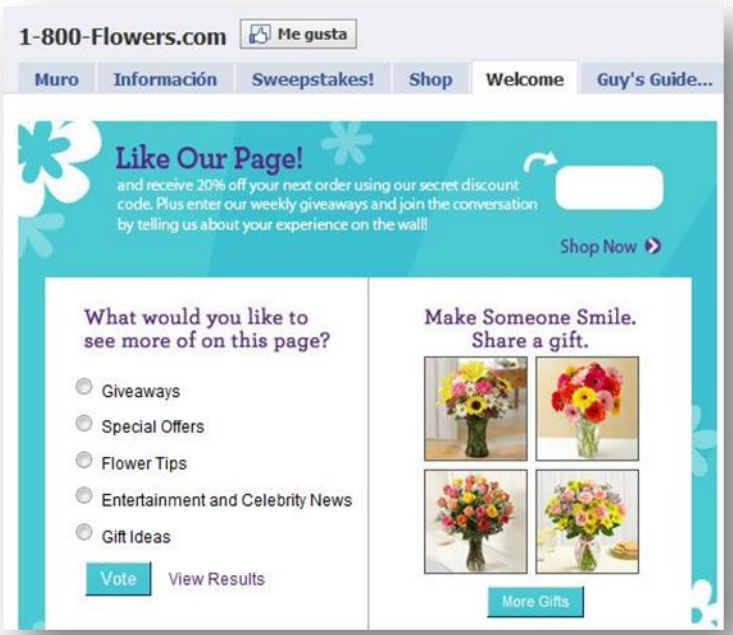
Gracias a la aplicación FBML es posible hacerlo, y de hecho creo que es **una buena estrategia que haya cierto contenido que sólo sea visible si te haces seguidor de la página**, es una manera de invitar a seguirnos.

El **primer paso** es crear una página de entrada (que no sea el muro) que se muestre a todos aquellos que llegan a nuestra página de Facebook y aún no son fans y que les invite a seguirnos comunicando que van a obtener alguna ventaja si se hacen seguidores de nuestra marca, podéis fijaros en páginas coporativas de Facebook de grandes marcas como os muestro a continuación:

Levi´s incita a seguirles para tener acceso a contenido exclusivo:

Mientras que la estrategia de la tienda de flores 1-800 Flowers es **ofrecer un descuento del 20% en el primer pedido a través de un código promocional** tan sólo por seguirles en su Facebook.

Una vez has dado a "me gusta" te aparece el código promocional, y esto es un claro ejemplo de mostrar un contenido diferente a los fans de los no fans y utilizarlo en beneficio de la propia empresa.



¿Cómo hacerlo?

Para ello es necesario instalar la aplicación FBML y a continuación usar la etiqueta “visibility:hidden” para decirle a Facebook qué debe y qué no debe mostrar a los fans.

Aunque para realizar esta parte es necesario un mínimo de conocimientos técnicos, a continuación os dejo un ejemplo de cómo se haría:

Box Title:	Welcome!
FBML:	 <fb:visible-to-connection> FANS-ONLY CONTENT GOES HERE <fb:else> NON-FANS CONTENT GOES HERE </fb:else> </fb:visible-to-connection>

El Futuro del SEO: Google tiende a la verticalización de los canales (Evento First Tuesday)

Ayer acudí al evento que se organiza todos los meses en Madrid llamado First Tuesday, donde previamente se elige una temática y un grupo de expertos en la materia debaten y comentan las novedades más actuales.

Ayer **le tocaba el turno al SEO y su futuro**, y contó con la presencia de su fundador Carlos Blanco, el moderador Ismael El Qudsi y los invitados Charo Paredes, Miguel Orense y Lakil Essady.

Durante casi 60 minutos se plantearon diversas preguntas tanto por parte de los moderadores como del público allí asistente, pero yo me quedé con las palabras de Ismael hablando de lo que él pensaba que era el futuro del SEO y con lo que además está de acuerdo con Javier Casares, y es que **el SEO ha muerto**, con lo cual también tengo que decir que no estoy totalmente de acuerdo ya que el SEO al igual que todo, sigue una evolución y lo está llevando a tener que integrarse con estrategias más completas como el Social Media y Branding.

Otra de las partes que consideré interesantes y con las que si que estoy totalmente de acuerdo es que **el futuro va por Redes Sociales** y Facebook ganará más importancia y relevancia con el tiempo, de hecho comenté la semana pasada que el buscador de Facebook ya devuelve resultados de páginas externas que han sido enlazadas o sobre las que se ha hecho me gusta.

Cabe destacar también como previsión de futuro la **posible verticalización de Google**, o lo que es lo mismo, va a crear canales independientes temáticos con los que conseguirá aumentar sus ingresos como ya está haciendo en Estados Unidos con Google Music donde ganan dinero por la descarga de canciones o canales de búsqueda de inmuebles que ya están en pruebas en distintos países europeos. A continuación te dejo el video de cómo funciona Google Music:

http://www.youtube.com/watch?v=DV24RBmy-2I

Todo esto nos lleva a la conclusión de que Google apuesta cada vez más por la especialización de contenidos en distintos canales aunque todavía tiene la "espinita clavada" acerca de ser social, ya que todos sus proyectos 2.0 como Orkut, Wave o Buzz no han tenido el éxito esperado.

Llega el nuevo Twitter con nuevas funcionalidades

¿Quieres estar informado de lo que sucede alrededor de tu negocio? Twitter es una de las mejores herramientas para ello, y siguen trabajando en mejorar la experiencia del usuario, por lo que nos presentan el **nuevo Twitter.com** que será más rápido, fácil de manejar y con más funcionalidades.

Este nuevo Twitter será para la versión online en Twitter.com , y en el timeline podrás ampliar información de cada tweet e incluso ver contenido multimedia. Entre las nuevas mejoras me gustaría destacar:

- Nuevo y mejorado diseño
- Contenido multimedia integrado
- Miniperfiles

Pero la mejor manera de conocerlo es verlo directamente en funcionamiento así que aquí tienes el video oficial:

http://www.youtube.com/watch?v=rIpD7hfffQo

Plugins de Foursquare para integrar en tu blog Wordpress

Foursquare viene fuerte a nuestro país y además es una herramienta de marketing excepcional para negocios con ubicación física, por lo que no sólo debemos tener presencia en ella sino que además debemos integrarla con nuestras webs o blogs para lograr mayor nivel de interacción con nuestros clientes.

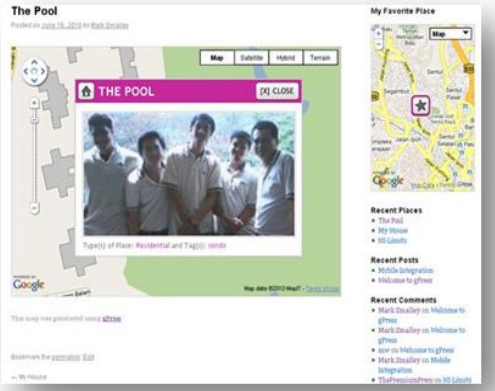
Si tu web o blog está realizado con Wordpress, ya existen plugins que te ayudarán a realizar esta integración de una manera muy sencilla:

Foursquare Integration

Con Foursquare Integration podrás personalizar y ver los últimos checkins en una lista o sobre Google Maps

gPress

Con gPress podrás crear tus propios servicios de geolocalización y realizar seguimiento mediante geo-etiquetas



PlaceWidget

Este plugin llamado PlaceWidget es muy recomendable para los negocios que usen Foursquare puesto que añade un widget en tu web o blog para que todos los visitantes puedan ver tu grado de popularidad y consultar los comentarios que han dejado.

Nuevas Redes Sociales que vienen pegando fuerte

Todos conocemos **Facebook**, **Linkedin**, **Twitter**, **Foursquare**… ya que son las plataformas sociales más conocidas, pero eso no significa que no haya otras a las cuales aun siendo menos conocidas debamos prestarles atención, al menos para tenerlas controladas.

Esto es lo que puso de manifiesto en Social Marketers Summit la ponente Erica Swallow que **comentó plataformas alternativas a las ya conocidas por todos y alguna de ellas basadas en software libre**, y las clasificó en las siguientes categorías: Geolocalización, Preguntas y Respuestas, Comunicados de Prensa y Microblogging.

Plataformas de Geolocalización

Las más conocidas son Foursquare y Facebook Places, pero existen otras como SCVNGR, Whrrl, Loopt Star y Brightkite, que tienen también millones de usuarios, aunque si es cierto que su repercusión en España es casi inexistente.

Preguntas y Respuestas

Linkedin Preguntas y Yahoo Answers son las más conocidas pero también destacan Aardvark y Quora, entre las que me quedo con Aardvark por su fácil uso.

Comunicados de Prensa

Aquí en España para envíos de comunicados de prensa una de las principales páginas es Comunicae, aunque existen muchas otras también gratuitas que te ayudarán a distribuir tus notas de prensa.

Las presentadas en la conferencia fueron Help A Reporter Out y NewsBasis, y en el siguiente video (en inglés) podrás ver el funcionamiento de ésta última.

http://www.youtube.com/watch?v=GSN_wgIpq9g

Microblogging

Por excelencia a nivel mundial es Twitter y en España se ha empezado a oir hablar hace no mucho de Picotea, pero también existe otra llamada StatusNet que podrás descubrir en el siguiente video:

http://www.youtube.com/watch?v=eUgLR232Cnw

Tendencias en Social Media para el 2011

En Internet todo va a velocidad de la luz y si queremos sacarle el máximo partido debemos jugar con ventaja, para lo que necesitamos irnos adelantando a los cambios y saber por "dónde van los tiros".

Hoy me gustaría comentarte las **tendencias en Social Media que vienen para el 2011** y las cuales ganarán importancia:

Compras colectivas

Esto no es nuevo, de hecho recuerdo ver hace unos años varios proyectos online para montar compras colectivas, es decir, juntar un número determinado de personas que quieren comprar un mismo producto para poder optar a descuentos mayores, aunque si es cierto que estos proyectos no han obtenido grandes resultados.

Pero a día de hoy y unido al crecimiento de las Redes Sociales, **estas nuevas tiendas online colectivas ganarán importancia** y serán más las personas que las utilicen.

Geolocalización

El incremento del uso de teléfonos móviles con conexión a Internet está fomentando el crecimiento de herramientas de

geolocalización como Foursquare o Facebook Places, convirtiendo los teléfonos móviles en pequeños ordenadores portátiles que permitirán estar siempre conectados con nuestro amigos e interactuando con ellos.

Respuestas y Preguntas

Siempre que hablo de Redes Sociales me gusta hablar de conocimiento colectivo, ya que al final las **Redes Sociales no son otra cosa que una herramienta social colaborativa y de comunicación**. Pues bajo esta idea se incrementarán el uso de webs basadas en "Preguntas y Respuestas", ya que aprovecharan las Redes Sociales para generar un conocimiento colectivo en distintas áreas.

Programa publicidad de afiliación de Facebook

Aunque no hay noticias que lo confirmen, los últimos movimientos de Facebook para coger más cuota de mercado de mercado y aumentar sus ingresos, nos hacen preveer que en no mucho tiempo lanzarán un sistema de publicidad de afiliados al estilo de Google Adsense, donde las webs y bloggers podrán generar ingresos colocando espacios de publicidad de anuncios patrocinados de Facebook.

Servicios de pago de Twitter

Twitter no tardará mucho en empezar a rentabilizar sus servicios con publicidad en los Trending Topics y servicios de pago por tweet, que permitirán a las empresas destacar y promocionar de manera especial aquello que más les interese.

Facebook se convierte en un buscador ¿Será la nueva competencia de Google?

Así es, Facebook está mejorando su buscador y ya no sólo genera resultados de grupos, amigos, páginas…. sino que **también muestra en sus resultados enlaces a páginas externas que han sido compartidas dentro de Facebook,** ¿imagináis el daño que puede hacer esto a Google?

Con esta nueva funcionalidad de Facebook existe una razón más para que tu empresa esté presenten en Redes Sociales y lo haga de una manera eficaz, ya que probablemente las visitas que nos llegan desde Google con el paso del tiempo irán descendiendo a la vez que aumentan las que llegan por redes como Facebook. Fijaos en la siguiente imagen:

Como podeis ver cuando realizamos la búsqueda “ellasviajan” antes de finalizarla ya nos está mostrando resultados (al igual que lo hace el nuevo Google Instant) y los que aparecen en 2ª y 3ª posición enlazan directamente con la propia página de EllasViajan.com, por lo que nos está generando tráfico directo a nuestra web.

¿Qué hacer para que el contenido de tu web sea indexado en el buscador de Facebook?

Tan sólo con que alguien haga click en “Me gusta” o “Comparta” un artículo publicado en tu web o blog, éste automáticamente pasa a ser potencialmente visible en el buscador de Facebook.

Pero, ¿de que depende la posición en la que salga mi contenido? Los parámetros son varios y por el momento desconocemos muchos de ellos, pero si sabemos que influye el número de “me gusta” que tenga ese contenido, ya que **a mayor número de “me gusta” Facebook entenderá que se trata de un contenido muy valorado por los usuarios y por lo tanto de mayor interés y lo potenciará en sus resultados de búsqueda**.

Mi reflexión final es que si el buscador de Facebook ofrece a los usuarios contenidos externos al igual que lo hace Google,

teniendo en cuenta que muchas personas permenecen constantemente conectadas en Facebook, cuando necesiten buscar algo es más probable que recurran al buscador de Facebook que a abrir una nueva página de Google y realizar la búsqueda en él.

Qué es Google Instant y cómo afectará a las Redes Sociales

Supongo que recordáis hace unos meses cuando hablabamos de Google Real Time, esa nueva funcionalidad de Google donde nos mostraba los resultados a tiempo real de las principales Redes Sociales como Twitter.

Pues ahora **acaban de presentar Google Instant**, y antes de contarte qué es, quiero que lo veas tu mismo en video:

http://www.youtube.com/watch?v=Ty71OxyQKKc

¡Alucinante verdad! Pues Google Instant es la nueva funcionalidad del buscador (aún no está 100% activo) en la que varía a tiempo real los resultados de búsqueda según vas escribiendo tu consulta, con lo que pretenden mejorar la calidad de los resultados de cara a los usuarios.

Pero viendo esto que viene, la primera pregunta que nos hacemos es: ¿entonces qué pasa con el posicionamiento en buscadores (SEO) tal y cómo hoy lo conocemos?

La respuesta está en lo que he defendido siempre y es que para maximizar los resultados de las acciones en Internet hay que hacer un plan de marketing online completo donde

tengamos en cuenta distintas acciones como SEO, SEM, Redes Sociales…

Si ahora buscamos la importancia desde el punto de vista de generación de tráfico a la web de tu empresa que adquieren las acciones en Redes Sociales con la puesta en marcha de Google Instant , vemos que la presencia en Redes Sociales para empresa se hace cada vez más inevitable.

Y si no pensad en lo que ha augurado mi buen amigo Miguel de "TallerSEO", si metemos en una batidora y mezclamos Google Instant, Google Real Time, resultados de Twitter, Facebook, Geolocalización y blogs, nos sale un potente buscador a tiempo real capaz de interactuar con el usuario a distintos niveles y ofrecer los resultados más relevante para el usuario en ese preciso momento.

¿**Conclusión**? Elabora un plan de acción online para tu empresa donde tengas en cuenta un mix de acciones y nunca acciones aisladas, el individualismo en Internet no funciona.

Herramientas para hacer un backchannel de Twitter en eventos

Cada día más eventos y presentaciones cuentan con una pantalla dedicada especialmente a Twitter donde crean un canal específico para ese evento, al cual se le denomina backchannel.

Estos backchannel mejoran la experiencia tanto de los asistentes como de aquellas personas que no pueden estar y utilizan Twitter para interactuar en el evento mediante preguntas o comentarios.

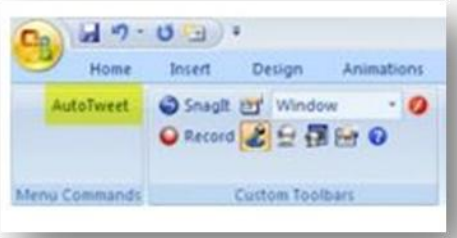
Paratweet

La primera herramienta que os quiero presentar se llama Paratweet y con ella podréis montar el backchannel para que todo el mundo vea lo que se está publicando.

Esta aplicación es gratuita, pero recomiendo usar la versión de pago (aprox. 75 €/mes) que te permitirá moderar los tweets, algo muy importante en eventos.

Auto Tweet

Auto Tweet permite integrarse con PowerPoint y lo que hace básicamente es lanzar un tweet de manera automática en cada slide, con la información que más te interese publicar en ese slide.



SlideSix

SlideSix es una herramienta con la que podrás monitorizar el feedback y la interacción que ha tenido tu canal backchannel durante el evento.

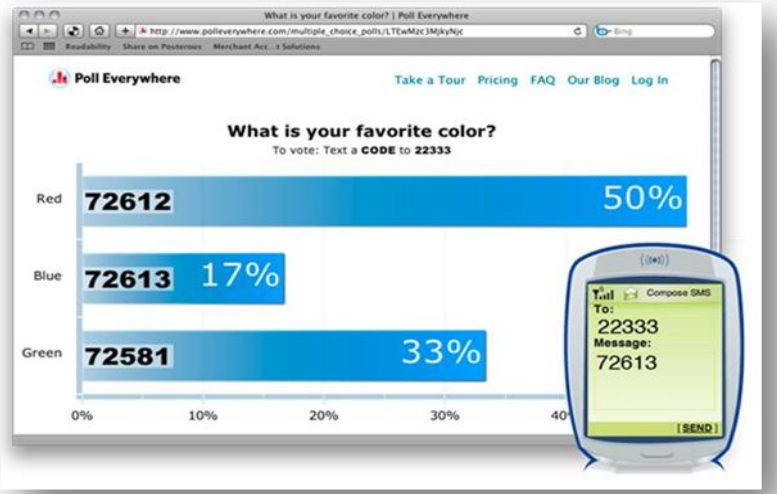
SAPWeb2.0 Feedback slide

Esta aplicación SAPWeb 2.0 te permitirá crear una pantalla con los tweets más recientes relacionados con un término que previamente has indicado, por ejemplo, si en tu evento se está hablando de turismo 2.0, te interesará que aparezcan los últimos tweets que contengan esta palabra.

Poll Everywhere

Con Poll Everywhere podrás crear encuestas a tiempo real donde los participantes puedan votar sobre un tema que resulte

relevante en el evento, y luego podrás exportar todas las estadísticas.



A Seat Apart

A Seat Apart aunque no se trata de una herramienta imprescindible en un backchannel, a mi me resulta muy interesante y novedosa, ya que relaciona y ubica a cada usuario de Twitter presente en el evento con su posición en la sala.

En la siguiente imagen veréis cómo lo muestra. Cada caja representa un sitio, y en cada una aparece el avatar de cada usuario.

Con el uso de estas herramientas puedes hacer que tus eventos sean más innovadores, exitosos y de calidad para el público.

Publica un post en tu blog Wordpress sólo con una llamada de teléfono

¿Te imaginas poder publicar un post sin necesidad de escribirlo con tan sólo llamar desde tu teléfono? Esta funcionalidad ya está disponible para los blogs de Wordpress gracias a una aplicación de la empresa Twilio.

La aplicación se llama “Post by voice” y con ella **podrás grabar telefónicamente tu post** y está se encargará de hacer el resto y publicarlo en el blog.

Es tan sencillo como llamar a un número de teléfono asignado, introducir tu clave y a continuación seguir los pasos que te indica.

¿Ventajas? La verdad que es muy práctico, ya que muchas veces nos encontramos de viaje y no tenemos a mano el portátil o se nos quedó sin batería y no podemos publicar. Con esta aplicación **desde cualquier lugar podemos en un momento actualizar nuestro blog**.

La mala noticia es que por ahora esta aplicación no está disponible para la versión libre de Wordpress, por lo que algunos tendremos que esperar a que la saquen y además también en versión en español.

Nueva funcionalidad de Facebook:"Subscribe Button"

Una nueva funcionalidad de Facebook se está poniendo en pruebas, aunque todavía no se ha visto en la versión española.

Se trata de un botón que permitirá seguir tanto a los usuarios cómo a páginas y recibir alertas predefinidas cuando ese amigo ó página realice alguna acción en Facebook que hayas especificado.

Esta característica se podrá ver dentro del perfil de cada usuario y en las páginas corporativas, pero a día de hoy como comento, Facebook está haciendo pruebas en un perfil reducido de usuarios, y no hay fecha exacta de lanzamiento de esta nueva funcionalidad.

Y como siempre me gusta saber vuestra opinión ¿Piensas que el nuevo botón de "seguimiento de usuarios" es de utilidad o por el contrario no ves bien la opción de que alguien pueda "seguirte" en tus movimientos en Facebook?

Herramientas gratuitas para saber qué dicen de tu marca en Internet

Saber lo que dicen de tu marca en Internet es algo imprescindible si queremos que nuestro negocio siga creciendo, y si todavía no lo has hecho seguro que en cuanto empieces a investigar te sorprendes de la cantidad de comentarios que hay de tu negocio por la red.

Hay muchas maneras de buscar esta información, la más obvia es **buscar el nombre de nuestro negocio en Google** y ver los resultados que aparecen, y aunque recomiendo hacerlo, lo mejor es complementarlo utilizando algunas **herramientas que son capaces de detectar qué dicen de tu marca en la red**.

Este tipo de herramientas las hay tanto gratuitas como de pago, pero en esta ocasión me voy a centrar en algunas de carácter gratuito que puedes usar para estar informado de todo aquello que se dicen de tu empresa en Internet.

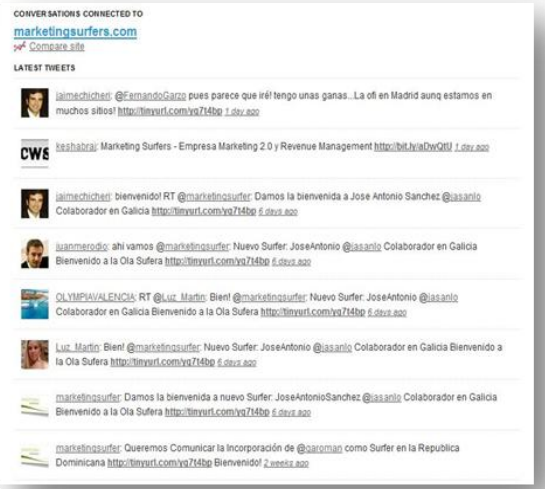
Google Alerts

Google Alerts te permite configurar una alerta para uno o más términos de búsqueda, y en esta caso sería el nombre de nuestra empresa, y con una frecuencia diaria o semanal, te

envía a tu dirección de email aquellas webs donde se ha hecho referencia a ella.

Backtype

Con Backtype tan sólo tienes que introducir la página web de tu negocio e inmediatamente sabremos quien está hablando de nosotros.

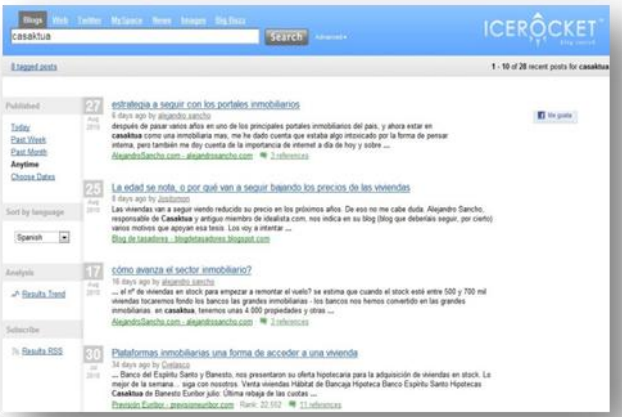


SocialMention

SocialMention es una mis aplicaciones favoritas, ya que te avisa por email a tiempo real cuando dicen algo de tu marca. Es realmente efectiva y muy cómoda de utilizar.

IceRocket

IceRocket te permite hacer búsquedas de tu marca y clasificarlas por red social, idioma, fecha…



No esperes más y comprueba qué se dice de tu empresa en Internet, y comienza así a gestionar tú reputación online.

Cómo subir videos en Linkedin

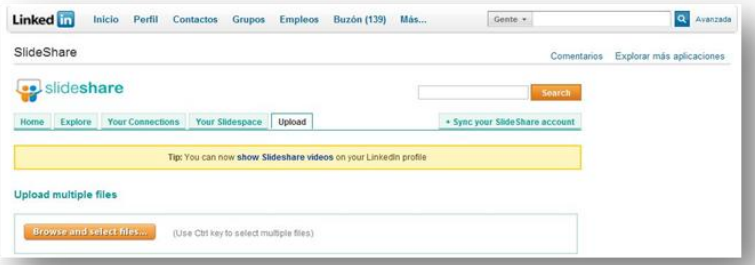
Linkedin, para quienes no la conozcan, es una red social profesional que permite estar conectado y hacer networking con otros profesionales que son afines a nuestro sector o de otro sector con el cuál quieres estar en contacto.

La gente lo utiliza también para encontrar trabajo, buscar nuevo negocio y clientes o aprender más sobre alguna temática.

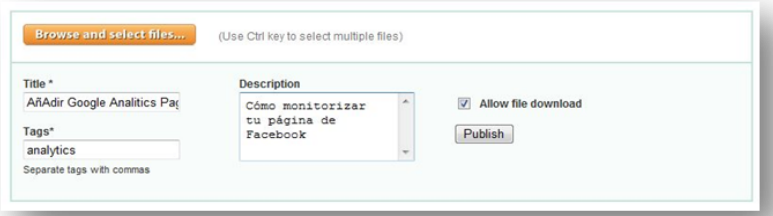
Dado el crecimiento que está teniendo, Linkedin está implementando nuevas mejoras en diseño y en mejorar la experiencia del usuario, y por ello en el mes de mayo anunciaron la **posibilidad de subir videos y compartirlos**, y aunque todavía no es una función muy usada me gustaría destacar la importancia que tiene hacer un buen uso de ella, así que voy explicar cómo subir un video a Linkedin.

Cómo subir un video en Linkedin

Lo primero que debes hacer es subir tu video a Slideshare, y lo puedes hacer directamente mediante la aplicación de Linkedin.



Una vez se ha completado la subida, tendrás que completar el título del video, descripción y etiquetas, y para publicarlo darle a “Publish”. Si no quieres que el video se pueda descargar no olvides desactivar la casilla de permitir la descargar.



Ya tan sólo queda esperar unos minutos a que finalice la conversión y ya tienes tu video publicado en Linkedin.

Mejora tu página corporativa de Facebook fijándote en las grandes marcas

Si tu empresa ya tiene página corporativa en Facebook pero no acabas de hacer que funcione, una buena idea es fijarse en lo que hacen otros y aplicarlo a tu propio negocio.

Seguro que has visto páginas con miles de seguidores y te has preguntado cómo lo han hecho, pues para dar una respuesta a esta pregunta **vamos a analizar que hacen tres marcas muy conocidas para que su página en Facebook sea tan exitosa**.

Red Bull

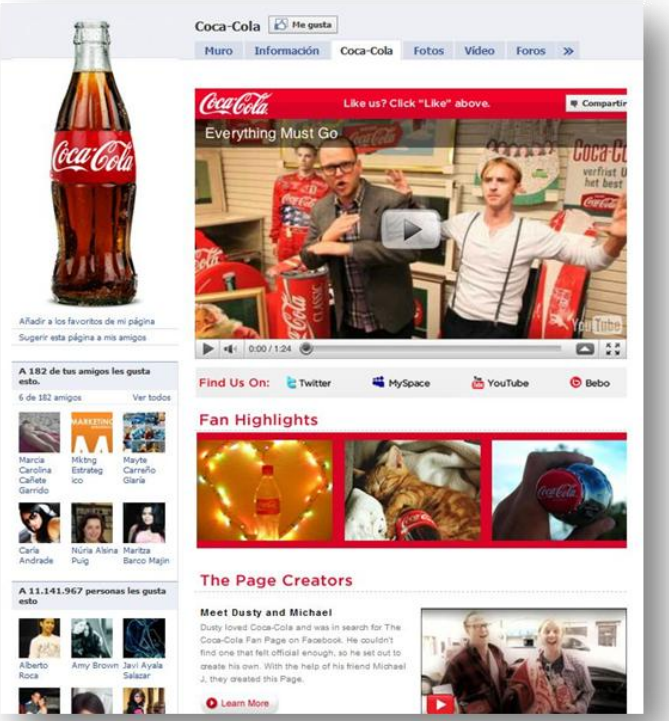
Casi 8 millones de seguidores avalan el éxito de la página en Facebook de Red Bull, y el primer paso consiste en que cuando alguien que no es seguidor y llegue a ella, le invite a unirse, y para ello han diseñado una nueva pestaña que invita a seguirles pero realizada con un diseño limpio y simple, evitando incluir demasiado contenido que pueda llevar a confusión.

Además han creado una pestaña con juegos online, sabiendo adaptarla a su público objetivo.

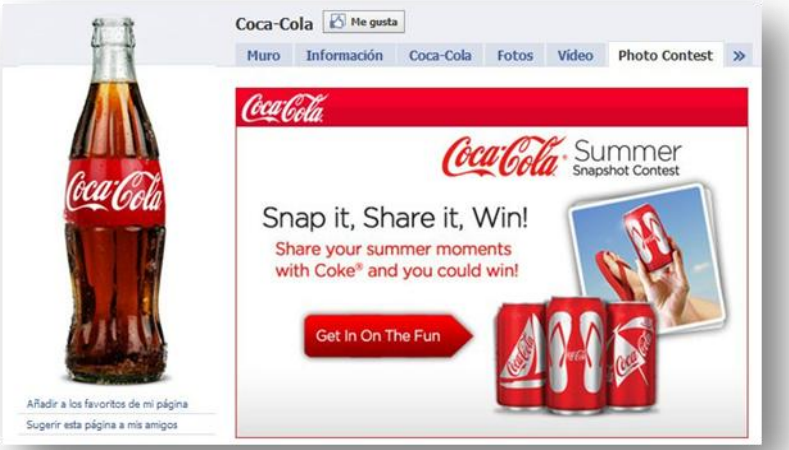
Y también han integrado dentro de Facebook un canal de TV web llamado "**Red Bull web TV**" donde entre otras cosas entrevistan a deportistas famosos.

Coca-Cola

Con más de 11 millones de seguidores, la página de Coca-Cola en Facebook demuestra su buen hacer en sus estrategias empresariales 2.0, y da la bienvenida con un video que sugiere seguirles, y además muestran enlaces al resto de Redes Sociales.



Su última promoción se lanzó coincidiendo con el verano, e invitaban a sus seguidores a realizarse fotos con algún producto de Coca-Cola, las cuales luego podían ser votadas por el resto de usuarios, lo que ha generado una gran viralidad.



Uno Chicago Grill

Este restaurante de comida rápida tiene ya más de 32.000 seguidores en su página de Facebook, y nos recibe presentándonos información sobre menús, pedidos online, ubicación de restaurantes…

Además han organizado un concurso llamado “Fan de la Semana” donde entre toda la gente que sube su foto hecha en uno de sus restaurantes, eligen una y la publican como foto de perfil de la página, con lo que consiguen que los seguidores interactuen con sus restaurantes.

Cómo usar el #FollowFriday de una manera más efectiva

El **#FollowFriday** es un hashtag que se usa todos los viernes en Twitter para recomendar gente que consideras interesante y merecedora de ser seguida.

Lo que está pasando cada vez más es que se hace el #FollowFriday a los seguidores muchas veces sin mirar realmente si son merecederos de ello por el valor que aportan, simplemente se hace porque hay que hacerlo, lo que **empieza a plantear la duda de la validez de esta "costumbre" de Twitter**.

A mi parecer **el #FollowFriday podría tener mucho valor si realmente recomendásemos sólo a aquellas personas seleccionadas cuidadosamente** que creemos que son merecedoras de ser seguidas.

Para ello, además yo **le dedicaría un tweet personalizado** donde dijese porqué considero que una persona es merecedora de ser seguida, para que mis seguidores puedan decidir realmente si les interesa o no.

Si entrais en el post dentro de mi blog JuanMerodio.com, podreis ver (A continuación os muestro) algunos

#FollowFridays hechos de una manera personalizada, y podréis comprobar la gran utilidad que adquiere ahora si lo usamos de una manera correcta:

1. #FF @2morrowknight: An Opinionated Blogger, A social media champ. A very kind hearted person and a very engaging tweeter

2. #FF @2cre8 Kathy's stream is full of informative tweets. She is a technology enthusiast and a great blogger.

3. #FF @arkarthick: Karthick's tweets are the like the summary of best tweets. They are loaded with info and mixed with a little bit of humor

4. #FF @AskAaronLee: If you are not following Lee, you are missing out on something. Lee is an influential blogger and a truly interesting tweeter.

5. #FF @v_shakthi: Shakthi is a awesome blogger and a great writer. A positive personality with an infectious charm

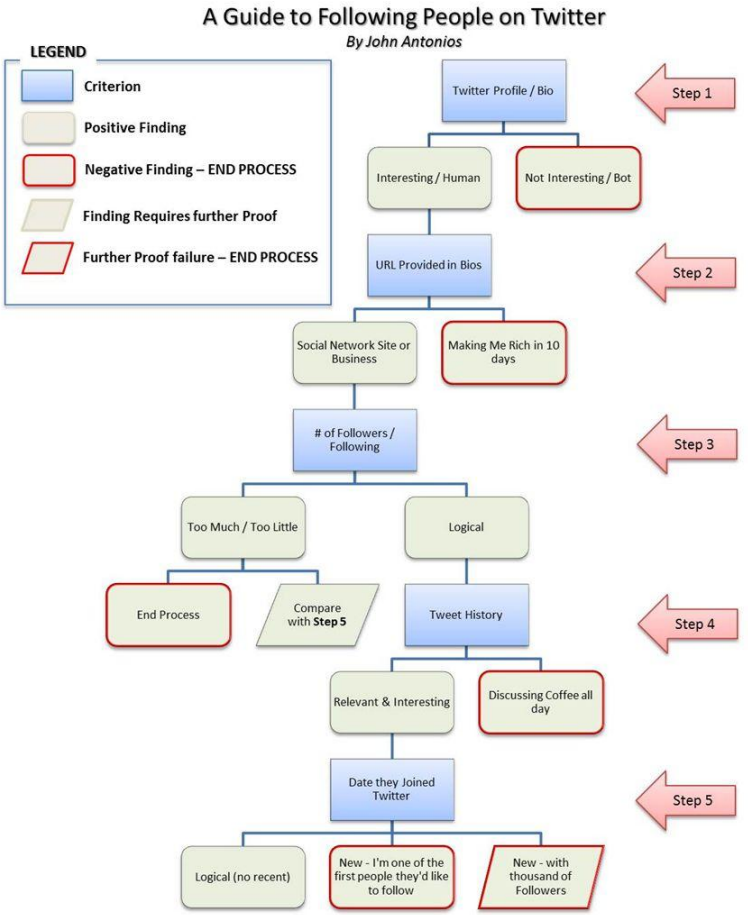
6. #FF @douglasi: Douglas is a thought provoking blogger. His articles and tweets have a twist to the conventional social media

Guía para evaluar a tus nuevos seguidores de Twitter

¿Qué haces cuando tienes un nuevo seguidor en tu cuenta Twitter? Le devuelves el follow, miras si te interesa seguirle o no, ni siquera lo miras…

Probablemente **parte de los seguidores de tu cuenta en Twitter sean robots y spammers** que realmente no te aportan nada de valor, y como siempre me gusta defender la calidad frente a la cantidad, creo que es importante seguir cuentas que realmente te aporten algún valor.

¿Cómo puedo decidir a quién seguir? En primer lugar es bueno ver quién es, su timeline y si crees que te puede aportar algo, seguirle, pero es interesante que eches un vistazo al siguiente esquema desarrollado por John Antonios que te ayudará también a evaluar si te interesa seguir a una cuenta Twitter o no.


A Guide to Following People on Twitter
By John Antonios
LEGEND
Criterion
Positive Finding
Negative Finding – END PROCESS
Finding Requires further Proof
Further Proof failure – END PROCESS
Twitter Profile / Bio
Step 1
Interesting / Human
Not Interesting / Bot
URL Provided in Bios
Step 2
Social Network Site or Business
Making Me Rich in 10 days
# of Followers / Following
Step 3
Too Much / Too Little
Logical
End Process
Compare with Step 5
Tweet History
Step 4
Relevant & Interesting
Discussing Coffee all day
Date they Joined Twitter
Step 5
Logical (no recent)
New - I'm one of the first people they'd like to follow
New - with thousand of Followers

Metric Mail: Recibe en tu email la información de Google Analytics

¿Utilizas Google Analytics para monitorizar el tráfico de tu web? Si no lo haces todavía no esperes más y create una cuenta gratuita en Google Analytics y podrás empezar a conocer cómo actuan los usuarios en tu web, además de otros datos como nº de visitantes, tiempo que pasan en tu web, qué secciones son más visitadas…

Una vez tienes ya tu cuenta de Google Analytics puedes utilizar la herramienta que te voy a presentar, se trata de Metric Mail,

un **servicio gratuito que te envía a tu dirección de email un informe resumido de los indicadores más importantes de Google Analytics en tu web**.

Otra de sus ventajas es que **podemos añadir varias cuentas de Google Analytics**, por lo que no tendremos que estar entrando una por una sino que cómodamente en nuestro email recibiremos la información de todas ellas.

A día de hoy es un servicio gratuito, pero parece ser que en breve lanzarán una versión de pago que ofrecerá más servicios, incluyendo estadísticas de Redes Sociales

Te invito a que te crees una cuenta en Metric Mail, la pruebes y compartas con todos los lectores del blog tu opinión.

Cómo empezar a utilizar Facebook Places para tu Negocio

La **nueva herramienta de geolocalización de Facebook** lanzada hace unos días se llama Facebook Places, y aunque no está activa todavía en todo España si hay zonas en las que ya se puede usar, y en las próximas semanas estará funcionando en todo el territorio.

Esta nueva herramienta, es especialmente **útil para negocios con una localización física** donde pueden entrar clientes, ya sean hoteles, cines, restaurantes…

Vamos a aprender a dar los primeros pasos con nuestro negocio dentro de Facebook Places:

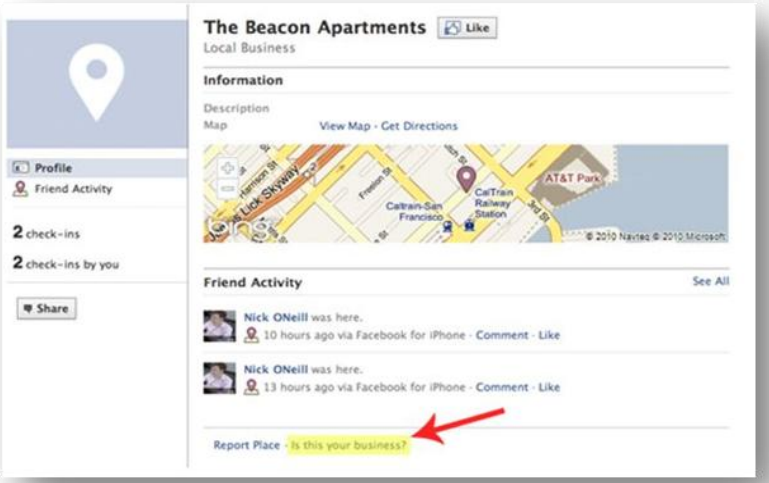
Localizar tu negocio

Si todavía nadie a hecho "Check-in" en tu negocio es que no existe, debes entrar y darlo tú mismo de alta haciendo click en el enlace que ponga "añadir sitio".

Marcar el negocio como tuyo

Entra en tu Facebook, busca tu negocio y haz "Check-in" en él. A continuación busca un enlace que ponga algo como "Is this

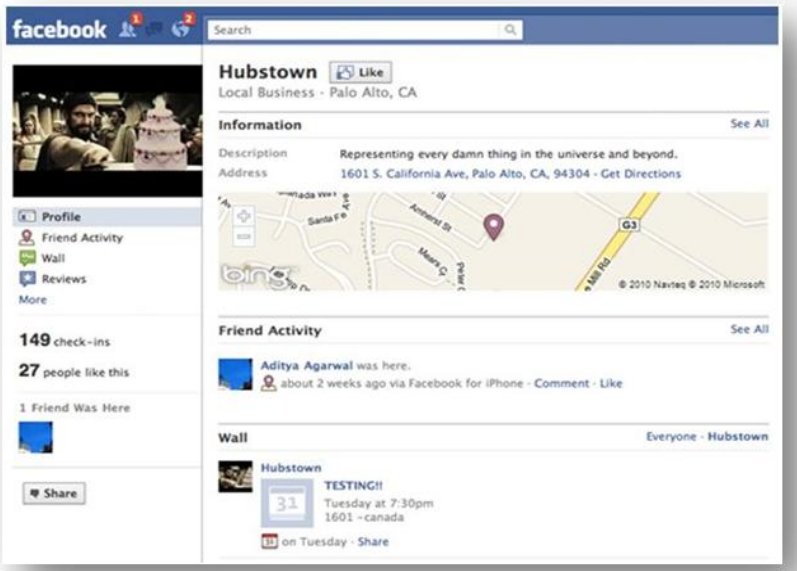
your business?" para que puedas confirmar que eres el propietario del negocio.



Conecta tu página de empresa en Facebook con su localización en Facebook Places

El último paso es vincular tu página corporativa con la localización de tu negocio que acabas de crear en Facebook Places.

Una vez hecho, verás que el resultado es una página mezcla de las dos.



Con esto, ya estás listo para empezar a usar Facebook Places en tu negocio, pero permanece atento porque seguiré contando nuevas técnicas para usarlo como canal de desarrollo de tu negocio.

Recomendaciones básicas para promocionar tu página de empresa en Facebook

Si ya has dado el salto y has decidido crear tu página de empresa en Facebook para promocionar tu negocio, debes tener en cuenta algunas recomendaciones para sacarle el máximo partido:

¿Cuál debe ser la primera página que vean los visitantes?

Si una persona entra en nuestra página de empresa y no es seguidor, **podemos elegir qué página queremos que le aparezca en primer lugar**, es decir, el muro, la información, una nueva pestaña que hemos creado…

En mi opinión es **recomendable crear una pestaña especial para aquellos que llegan a nuestra página** y todavía no nos siguen, con el fin de llamar su atención y que decidan seguirnos.

Para ello puedes utilizar la aplicación FBML y crear una pestaña con información muy visual que llame la atención o donde ofrecemos algo interesante a cambio de que nos sigan, como por ejemplo entrar en un sorteo de algo o recibir un ebook sobre algún tema de interés para nuestros potenciales clientes.

Utiliza una foto de perfil adecuada

Es interesante que cada cierto tiempo cambies la foto del perfil, ya que así dará la sensación de que algo ha cambiado y se trata de una página dinámica. Pero además **debes aprovechar la foto de perfil para transmitir información**, ya que la gente se fija en el diseño y ello motiva a seguir una página e interactuar con ella, por lo que utiliza una imagen de perfil con unas medidas de 200×400 que transmite algo más que simplemente el logo de tu empresa.

Fijaros en la página de Facebook de EllasViajan.com , en la imagen de perfil se resalta de qué se trata junto con su página web y una imagen visual.

Aprovechas las aplicaciones disponibles

Existen miles de aplicaciones en facebook ya creadas que te pueden ayudar a mejorar la experiencias de los usuarios en tu página y conectar mejor con ellos. Busca la que más te interese en el directorio de aplicaciones de Facebook

Publica en el muro contenido que realmente interese a tus fans

No debemos centrarnos únicamente en publicar en el muro información de nuestro negocio. ¿Por qué no también publicar contenidos de interés aunque sean de nuestra competencia? Eso no nos va a hacer daño, simplemente estamos ofreciendo una información que tiene valor para nuestros seguidores.

Aprovecha la imagen de fondo de Twitter para comunicar

Twitter es uno de las mejores “Redes Sociales” con las que contamos hoy en día, y lo reflejan sus datos de crecimiento de usuarios que ya somos más de 100 millones de personas quienes usamos Twitter.

Es por ello por lo que miles de empresas ya sean multinacionales, PYMES o empresas de nueva creación, **usan Twitter como canal de comunicación y promoción de sus productos** con el fin de utilizarlo como herramienta de contacto directo con sus clientes.

Ejemplos como hoteles, ya usan Twitter para invitar a los clientes a reservar una habitación a través de este canal y poder obtener un descuento adicional.

Ahora bien, en Twitter no debemos limitar la comunicación sólo a los tweets, y lo digo porque una de las opciones más olvidadas de usar por las empresas es la **personalización de la imagen de fondo de su perfil en Twitter**, un espacio muy útil que pocas veces es utilizado.

¿Cómo puedes utilizar la imagen de fondo de Twitter en beneficio de tu empresa?

En primer lugar una imagen de fondo atractiva, hace a los usuarios fijarse en ella y permanecer un tiempo mirándola y leyendo lo que pone sobre tu empresa, con lo que **te ayudará a incrementar la notoriedad de tu marca.**

Además se ha demostrado que una imagen atractiva y vistosa **ayuda a que un usuario siga una cuenta de Twitter**, por lo que te ayudará también a consigues más seguidores.

Pero aún hay más, y es que el fondo de Twitter **es un espacio publicitario que tienes disponible para tu empresa de manera totalmente gratuita**, por lo que aprovéchalo y pon alguna oferta que quieras destacar, información de contacto de tu empresa como teléfono y los perfiles de otras Redes Sociales.

Acuérdate que siempre tenemos que aprovechar todo aquello que nos puede resultar beneficioso para nuestra empresa aunque parezca insignificante.

Caso de éxito: Campaña de Social Media "The Old Spice"

Hace ya más de un mes que se lanzó una de las campañas con más éxito en la historia del Social Media, seguro que la has visto por Internet. Se trata de la marca "Old Spice", que lanzó varios videos virales y además dió la opción de que el "chico de Old Spice" hiciese videos personalizados para fans, bloggers…. como este que te muestro a continuación:

http://www.youtube.com/watch?v=ive3vXv-XRk

¿Cuáles fueron los datos de su éxito? Más de 180 videos hechos para los usuarios, más de 6 millones de visualizaciones de los videos y unos 23.000 comentarios.

Análisis de la campaña

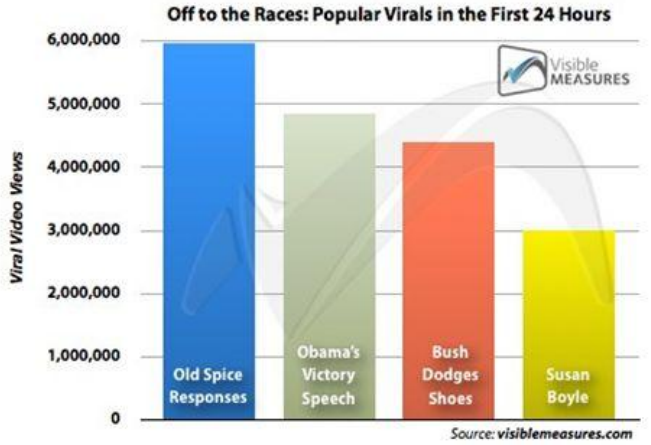
Pero analicemos la campaña completa, ya que la primera acción la realizaron en Febrero 2010 con el lanzamiento del video titulado "The Man Your Man Could Smell Like" y los resultados son que a día de hoy lleva alrededor de 19 millones de visualizaciones y casi 24.000 comentarios.

http://www.youtube.com/watch?v=owGykVbfgUE

Esta acción de video marketing les ha generado un branding brutal aumentando la notoriedad de marca de la empresa.

El siguiente paso lo dieron a finales de julio con el lanzamiento del nuevo video titulado “The Return of The Man Your Man Could Smell Like”, y de nuevo con unos resultados excelentes, consiguiendo casi 14 millones de visualizaciones y 14.000 comentarios.

Si comparamos los resultados a nivel viral de las 24 primeras horas de esta campaña con otras que han tenido mucho éxito como ”El discurso de Obama” o “El lanzamiento de zapato a Bush” vemos que la de Old Spice se sitúa como vencedora:



El éxito tan rotundo de esta campaña es una mezcla de buena planificación, ideas adecuadas al target y aprovechamiento de los nuevos canales sociales, ya que Facebook y Twitter fueron uno de los pilares en su difusión.

Si entrais en el perfil de Facebook de Old Spice podéis ver que tienen más de 811.000 seguidores y cada vez que publican algo en el muro genera más de 2.000 “Me gusta” y cientos de comentarios:

Si entraís en el perfil de Twitter de Old Spice os encontrareis con más de 113.000 seguidores y unas 3.500 listas que le siguen:

Hablando de ROI e incremento de ventas

Viendo la penetración de mercado que ha tenido la campaña de Old Spice es de preveer un ROI positivo y un incremento en ventas del producto que promocioban, pero ¿cuáles son los datos?

Gracias a esta campaña en Redes Sociales **Old Spice ha incrementado las ventas de su producto en un 107%** , por lo que las Redes Sociales han vuelto a demostrar que además de conseguir mejorar la visibilidad y notoriedad de las empresas, consiguen mejorar directamente los ratios de venta y con ello los niveles de facturación.

Utilizar Twitter para ganar dinero en Programas de Afiliados

Seguramente has oido en alguna ocasión hablar de programas de afiliados, pero seguro que no has oido hablar de programas de afiliados en Twitter, o al menos yo hasta ahora no.

Para entender el funcionamiento, voy a contaros muy brevemente qué es un programa de afiliados.

Un programa de afiliados es un modelo de negocio que se utiliza desde hace muchos años en el cual **un vendedor promociona sus productos en Internet a través de una red de afiliados/colaboradores**, los cuales se encargan de buscar clientes que lleguen a la web del vendedor y realicen una compra, con lo que el afiliado recibirían una comisión por ello.

¿Cómo se controla si un cliente viene de un afiliado u otro? A través de url´s personalizadas para cada afiliado que contienen un código que le identifica y así el vendedor puede saber por quién ha venido la venta.

Pues bien, ahora este modelo de negocio se está exportando a Twitter, utilizándolo como canal de captación de clientes para redirigir tráfico a la web del vendedor.

Lo que hacen algunos afiliados para ganar dinero es crearse una cuenta en Twitter que van a utilizar únicamente con el objetivo de captar clientes, y en esta cuenta comunican todas las ofertas y productos del vendedor.

¿Cómo captan los clientes? **lo que hacen es monitorizar las palabras y frases relacionadas con los productos** que venden de tal manera que en todo momento saben quien y que están diciendo sobre ese producto o alguno relacionado, con lo que localizan a un potencial cliente y le lanzan la oferta.

Para conseguir seguidores lo que hacen es ir siguiendo a la gente que gracias a la monitorización consideran que pueden ser compradores de sus productos y al final un x % de ellos les devuelven el "follow" por lo que poco a poco van consiguiendo hacer crecer el número de seguidores de su cuenta Twitter.

Al final lo que hacen es **lanzar multitud de ofertas a sus seguidores con descuentos atractivos** y en muchos casos por tiempo limitado con el fin de conseguir que compren en ese preciso momento, lo que acaba convirtiendo en ventas que les generan comisiones.

Cómo puede Foursquare promocionar mi negocio

Una nueva "Red Social" está llegando y ganando cada día más adeptos, estoy hablando de Foursquare, una Red Social basada en la geolocalización, lo que nos abre las puertas de un nuevo concepto de marketing denominado Geomarketing.

¿Qué es Foursquare?

Fousquare va de la mano de la tecnología móvil, y **es una Red Social ambientada como un juego**, que nos permite con tan sólo pulsar un botón en el móvil decir a todos nuestros amigos dónde estamos en ese preciso momento.

Lo que hacemos es dejar que Foursquare nos **localice dónde estamos y nos diga los establecimientos y negocios que hay próximos a nosotros** y donde podemos hacer lo que se llama "Check-in" o lo que es lo mismo "decir que estamos en él". Si el local donde estás no se encuentra registrado en Foursquare, puedes darlo de alta en ese mismo momento y ya estará creado para que otras personas puedan localizarlo.

¿Qué conseguimos con esto? pues básicamente ganar premios virtuales, como por ejemplo ser el "Mayor" de un negocio,

premio que se consigue siendo la persona que más “Check-in” ha hecho en un negocio en los últimos 60 días.

¿Y tiene ventajas ser “Mayor”? Todavía no muchas, pero según se vaya haciendo más popular, **los establecimiento podrán premiar de algún modo al mayor**, como por ejemplo con descuentos especiales. ¿Se te ocurren ya algunas ideas para aprovechar esto como herramienta de marketing en tu negocio?

Leyendo esto puedes llegar a pensar “vaya tontería que es”, pero ¿recuerdas cuando oiste hablar por primera vez de Facebook? Yo si, y recuerdo que mucha gente me decía que

eso era algo de “frikis” lo que me lleva a la conclusión de que a día de hoy o todos somos unos “frikis” o lo que es más probable, que se ha convertido en una gran herramienta de comunicación tanto para personas como empresas.

Cómo ayuda Foursquare a mi negocio

Es especialmente útil para aquellos negocios que están en un local en la calle y dan acceso a clientes, como pueden ser bares, discotecas, restaurantes, hoteles, agencias de viaje… ya que pueden **utilizarlo para atraer nuevos clientes** y fidelizar a los que ya lo son.

Ten en cuenta, que al contrario de otras Redes Sociales, que lo que hacen es derivar en una primera fase visitas a tu página web, Foursquare traspasa esta barrera y **convierte directamente a un visitante virtual en un cliente** que entra por la puerta de tu negocio y te genera un beneficio económico directo. ¿Hablamos de ROI en Foursquare? Totalmente positivo y cuantificable a nivel económico.

Comentar que existen otras redes similares a Foursquare aunque con menos usuarios a día de hoy, como por ejemplo Gowalla o Where.

Las 25 P´s del Marketing en Redes Sociales

¿Has oido hablar alguna vez de las **famosas 4 P´s del marketing** de Philip Kotler? Seguro que si, concretamente son product, place, price and promotion (producto, distribución, precio y promoción), que venían a decir que eran los factores básicos en el marketing mix de un producto o servicio.

A partir de aquí hemos visto ampliaciones a teorías de las 5 P´s, las 9 P´s o inclusive el resumen en 1 C: el Cliente.

Pero ahora vamos a ir más allá porque con la llegada de las Redes Sociales y la Web 2.0 y su introducción como canales de desarrollo de negocio de las empresas, todo esta comunicación se vuelve multidireccional, lo que nos lleva a la obligación de crear un "gran diálogo" que vamos a resumir (si se puede llamar así) en la **Teoría de las 25 P´s del Social Media Marketing:**

• **Provide**: Valor añadido y diferencial a lo que ofrecemos

• **Petition**: Demandar innovación

• **Productize**: Hacer que nuestra oferta sea fácil de entender

• **Promote**: Promocionar el producto, servicios, empresa, eventos, noticias

• **Personalize**: Hacer que el producto sea único, exclusivo y personal para el consumidor.

• **Participate**: Participar e interactuar con el consumidor

•**Play**: Diviértete haciéndolo, la estrategia no va reñido con ello

• **Pace**: Tómatelo con calma, sigue el lema “sin prisas pero sin pausas”

• **Protect**: Proteja su marca servicios

• **Plan**: Planifica lo que vas a hacer

• **Propel**: Busca lo mejor de la gente con la interacción

• **Pamper**: Colabora y reconoce los méritos a quien se lo merece

• **Partake**: Contesta a las preguntas y participar en debates, charlas y foros

• **Peer**: No subestimes a la comunidad de usuarios, tienen más poder que cualquier marca

• **Penetrate**: Llega hasta los recovecos de mercado más profundos, generalmente en la segmentación reside el éxito

• **Patrol**: Analiza a corrige afirmaciones y comportamientos

• **Perform**: Si lo piensas, ¡Hazlo!

• **Persist**: ¡No te rindas!

• **Predict**: Piensa en lo que viene y adelántate a ello

• **Pioneer**: Prueba diferentes cosas, el éxito se consigue a base de ensayos prueba/error

• **Practice**: No tengas miedo a equivocarte, la práctica te hace aprender y te llevará lejos

• **Propose**: Propon ideas, colaboraciones y sinergias

• **Punctuate**: Si algo funciona repítelo asumiendo nuevos riesgos

• **Pursue**: Realiza un seguimiento constante, busca el compromiso del consumidor para obtener respuestas

• **Pay Attention**: Vigila de cerca las nuevas tendencias, a la competencia y a los clientes.

ShoTools: Un nuevo programa para manejar tu cuenta de Twitter, Facebook, Linkedin…

Hoy tengo el placer de presentaros una **nueva herramienta de gestión de redes sociales** que está recien lanzada y cuyo nombre es ShoTools. El promotor es Alex Puig.

¿Qué vamos a poder encontrar en esta herramienta?

Con ella vamos a poder manejar todos nuestros perfiles sociales, ya sean de Twitter, Facebook, Linkedin…

Es una **herramienta pensada para profesionales del Social Media**, agencias de publicidad, Community Manager y en definitiva toda aquella persona que use profesionalmente las Redes Sociales.

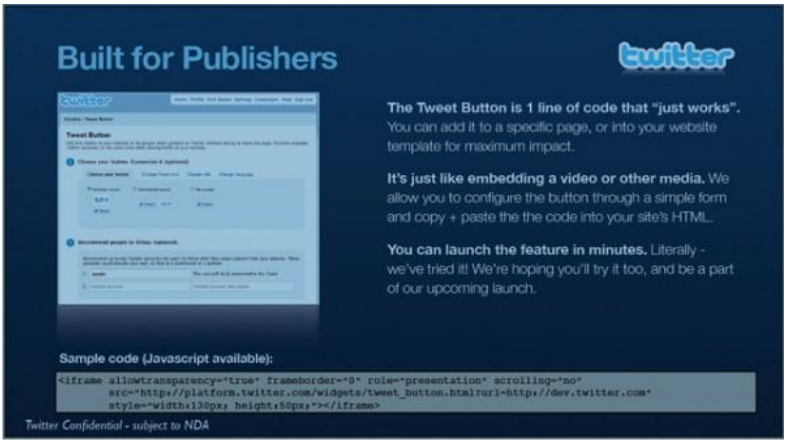
Entre sus características más destacadas encontramos la posibilidad de programar actualizaciones en Facebook y Twitter o monitorizar los clicks que reciben aquellos enlaces que compartimos.

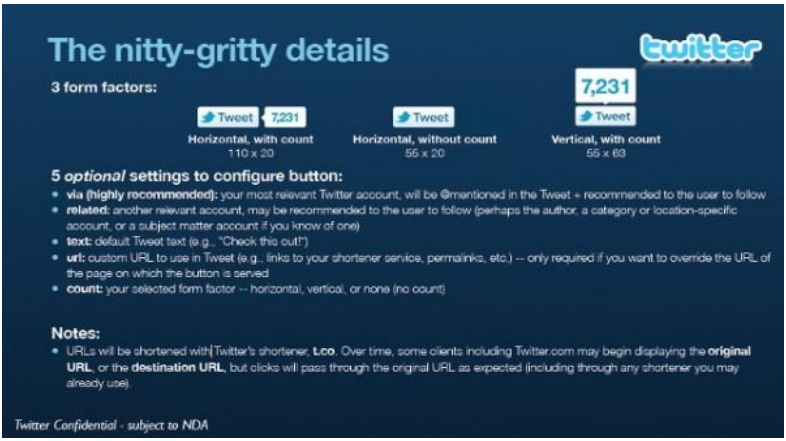
Personalmente, aunque a día de hoy uso TweetDeck como herramienta de gestión de mis Redes Sociales, no descarto empezar a usar ShoTools, ya que lo poco que he podido probar me ha resultado bastante interesante.

Twitter introduce su propio botón de compartir

Así es, parece que el propio **Twitter va a lanzar en breve su propio botón para compartir**. No hay fecha exacta de lanzamiento aunque se barajaba que en Estados Unidos saliera esta semana y al resto de países llegaría en las próximas.

Como podeis ver el botón de Twitter incorpora un contador para saber cuántas veces tu URL ha sido compartida. Aquí os muestro unas capturas de cómo sería:





Y como novedad os puedo mostrar el video de cómo funciona, el cual ha sido publicado por Twitter hace menos de 24 horas y podreis ver su funcionamiento en directo:

http://www.youtube.com/watch?v=LB0hrJ_ZZzc

Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales

Seguro que si te parases a pensar la cantidad de horas que has dedicado a tus perfiles en Redes Sociales sería difícil contarlas, has incluido fotos, información, enlaces, nuevos contactos … ¿Te imaginas que de repente se te borra todo?

Aunque suene raro es algo que puede pasar por algún fallo técnico y **las Redes Sociales no se hacen responsables**, por lo que siguiendo el refrán "más vale prevenir que curar" os voy a mostrar **algunas herramientas que os permitirán hacer una copia de seguridad de vuestras cuentas en Redes Sociales**.

Copia de seguridad de Twitter con TweetBackup

Te ayudará a hacer copias de seguridad de manera totalmente automática, y quedará guardada fuera de tu ordenador.

Copia de seguridad de Facebook con ArchiveFacebook

Esta herramienta sólo se puede utilizar con Firefox, y guardará en tu ordenador una copia de seguridad de tu contenido en tu cuenta Facebook.

Copia de seguridad de Flickr con FlickrEdit

Hace una copia de seguridad en tu ordenador de todas las fotos que tienes en tu cuenta de Flickr junto con la información de cada una.

No esperes más y haz ya tus copias de seguridad antes de que sea demasiado tarde.

Gestiona con ManageWP todos tus blogs desde un mismo sitio

En muchas casos nos pasa que estamos manejando varios blogs de Wordpress porque nuestra empresa tiene uno para cada producto o porque escribimos contenido para varios blogs, y estamos hartos de tener que ir uno por uno entrando para incluir nuevo contenido o hacer algún tipo de cambio.

Pues con **ManageWP ya puedes gestionar todos tus blogs de Wordpress desde un mismo lugar**, y todo ello de una manera muy sencilla.

Tan sólo tienes que entrar en ManageWP, registrarte, descargar su plugin gratuito e instalarlo en cada uno de los blogs que quieres gestionar. Instalar un plugin es bastante sencillo desde Wordpress, pero si tienes alguna duda visita este enlace con información para instalar un plugin Wordpress.

Una vez instalado el plugin en los blogs a gestionar, debes entrar en tu cuenta de ManageWP y **dar de alta los distintos blogs**.

Hecho esto ya podrás empezar a ahorrar tiempo, porque desde un mismo lugar podrás crear nuevos posts y páginas, instalar plugins o cambiar los templates, gestionar los comentarios ….

Nuevo formato publicitario en Facebook basado en coste por resultado

Hasta ahora podíamos hacer campañas de enlaces patrocinados en Facebook pagando una cierta cantidad por cada click que hacían en nuestro anuncio, más o menos con un funcionamiento similar a Google Adwords, aunque es un formato que mayoritariamente a las empresas no le ha funcionado o al menos en la parte que yo he podido ver.

Pero Facebook sigue mejorando su plataforma y **ha presentado un nuevo formato de publicidad basado en coste por resultado**, es decir, **sólo pagas por los usuarios que se hagan seguidores de tus páginas de fans** o dicho de otro modo aquellos que hagan click en “Me Gusta”.

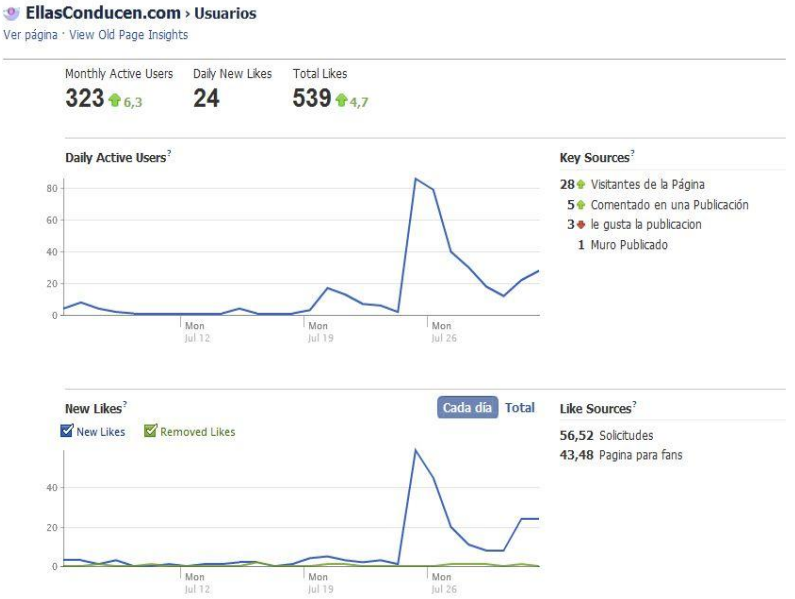
Aunque hay poca información por el momento y no he conseguido verlo activo en las cuentas todavía, habrá que esperar pero a primera vista me parece un buen formato que puede ayudar a las empresas a “engordar” su lista de fans y poder lanzar campañas virales.

Facebook estrena nuevas estadísticas en sus páginas de fans

Hace unos días os comentaba cómo añadir Google Analytics a vuestras páginas de fans, y hoy me levanto viendo que **las estadísticas de las páginas de fans de Facebook han cambiado**, dando mayor información y más clara.

Aunque todavía tienes la opción de ver las antiguas estadísticas, a mi personalmente las nuevas me gustan más y entre la información que nos da, **podemos conocer tanto información de los usuarios como de su interacción con nuestra página**.

Respecto a los usuarios nos sigue dando información sobre cuantos han dado a “Me gusta”, cuántos lo han quitado, datos demográficos y edades y sexo de los usuarios, qué pestañas visitan más (esto es nuevo y nos ayuda a saber qué interesa más) y también en qué webs externas a Facebook hacen referencia a nuestra página.



Otro nuevo dato interesante es que podemos saber el número de veces que la gente ve nuestros contenidos multimedia (fotos, videos y audio).

En la parte de cómo interactuan los usuarios podemos conocer cuál es la actividad más frecuente: publicaciones en el muri, videos, críticas… y los útimos enlaces que hemos compartido en el muro con estadísticas sobre impresiones (aunque parece no estar operativo todavía)

EllasConducen.com › Interacciones

Ver página · View Old Page Insights

Daily Post Views	Daily Post Feedback
0	5 ▼44

Daily Story Feedback

Me gusta · Comentarios · Suscripciones canceladas

Most Recent Posts

Message	Posted ▼	Impressions	Feedback
Nueva edición limitada "Renault Megane Generation"...	Hace 21 horas	n/a	n/a
Ponle Freno: ¡Ayudanos a Salvar Vidas!...	El Lunes a las 17:37	n/a	n/a
Durante agosto podemos aparcar gratis en Madrid por la...	El Lunes a las 11:47	n/a	n/a
Llega la nueva generación del Land Rover Freelander 2...	El Lunes a las 11:06	n/a	n/a
Tenemos nuevos videos del Audi A7 Sportback...	El 30 de julio a las 10:24	n/a	n/a
¿Te atreverías a parcar así tu coche?...	El 29 de julio a las 20:57	n/a	n/a
Sueñas con tener un Ford Mustang.....	El 29 de julio a las 17:12	n/a	n/a
Ya puedes leer y ver la prueba realizada al Audi A5 Cabrio...	El 29 de julio a las 16:52	n/a	n/a
¡Confirmado!: Llega el Porsche Panamera Híbrido...	El 29 de julio a las 9:53	n/a	n/a
Descubre todos los detalles del Audi A5 Cabrio	El 29 de julio a las 9:44	n/a	n/a

Herramientas útiles para Twitter

Buscar información, encontrar gente interesante, seguir ese evento en el que no podemos estar de manera presencial… **Twitter es una herramienta que cada vez nos abre nuevas y más puertas a la información y la comunicación** y cuenta con decenas de herramientas útiles que nos ayudarán a encontrar y monitorizar toda aquella información que nos interesa.

A continuación enumero algunas de las que personalmente más me gustan:

Twemes

Twemes Es útil para realizar un seguimiento de hashtags en tiempo real

Twinfluence

Si quieres saber el grado de popularidad de una cuenta de Twitter con Twinfluence puedes hacerlo

ReTweetist

Localiza y sigue los retweets más populares con ReTweetist

TweetBeep

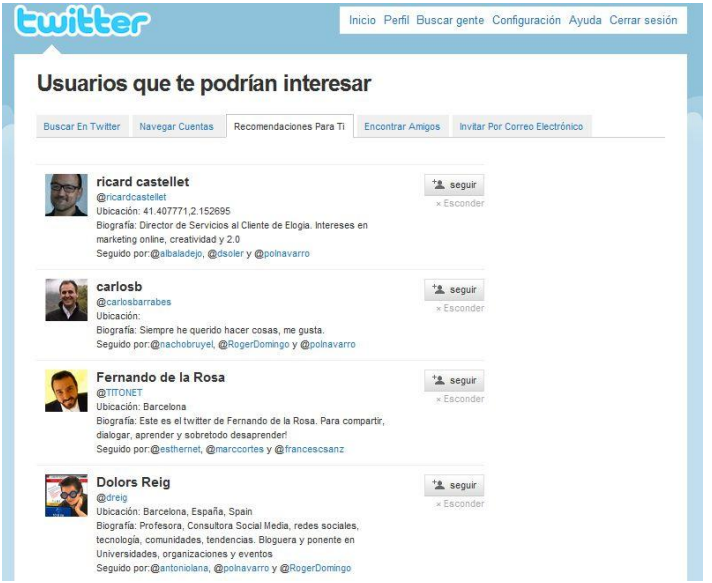
Configura alertas para Twitter para que te envíe un email cada vez que localice información que te interesa con TweetBeep

Twitter te sugiere a quien te puede interesar seguir

Twitter nos presenta una nueva funcionalidad (al más puro estilo Facebook) en la que **nos recomienda personas a las que considera que nos será interesante seguir**.

Para verlo tienes que entrar en tu cuenta Twitter desde http://twitter.com/, y una vez logueado hacer click en “Buscar gente” y luego en la pestaña “Recomendaciones para ti”.

Una vez hecho te mostrará un listado de personas a las que Twitter considera que te serán interesantes seguir:



Beneficios del marketing móvil para las empresas

En los últimos 12 meses hemos visto que **el uso de las conexiones a Internet vía móvil han crecido por parte de los usuarios** y por lo tanto el marketing móvil de las empresas también lo ha hecho.

Están saliendo nuevos smartphones al mercado con distintas tecnologías que ponen cada día en la mano de más usuarios el acceso a internet móvil, pero hay algo que abrirá más este mercado y es **la liberalización en la venta del iPhone en España**, ya que **después de verano Vodafone y Orange comenzarán a comercializarlo**, lo que esperamos que suponga un abaratamiento para los usuarios.

Todo esto traerá beneficios para las empresas que han decidido promocionarse con acciones de marketing móvil, cómo puede ser la creación de aplicaciones para iPhone, lo que parece marcar las nuevas tendencias en marketing móvil.

¿Qué nos vamos a encontrar?

- Aparecerán nuevos formatos publicitarios adaptados a móviles

- Haciendo uso del marketing móvil conseguiremos incrementar las visitas a nuestra web
- Muchas de las consultas pasarán a realizarse en cualquier momento y ganará protagonismo el consumir contenidos desde el móvil frente a la TV tradicional
- Las aplicaciones para iPhone y iPad permitirán a las empresas interactuar de otra forma con los usuarios
- Una mayor importancia en la medición de datos de marketing móvil para comprobar su efectividad

Cómo añadir Google Analytics a tu página de fans de Facebook

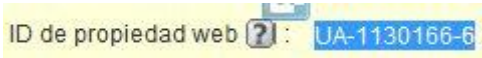
Si ya tienes creada tu página de fans en Facebook para tu empresa, habrás visto que las estadísticas que te dan están bien pero son insuficientes.

¿Te imaginas poder **monitorizar tu cuenta de Facebook con Google Analytics**? Pues esto ya es posible y te voy a contar cómo hacerlo.

En primer lugar debes acceder a tu cuenta de Google Analytics y hacer click en "+Añadir un perfil nuevo".

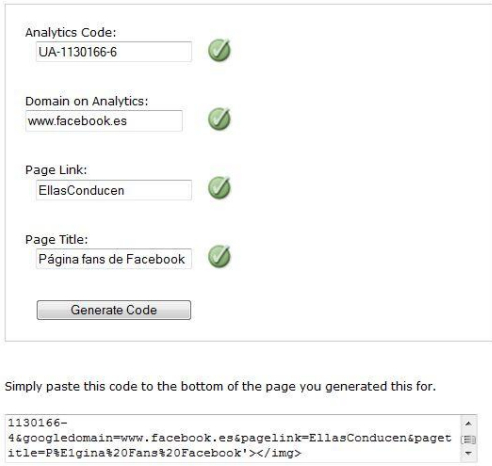
A continuación en la pantalla siguiente debes marcar la casilla "Añadir perfil para un dominio nuevo" y en la url poner *www.facebook.es*

Una vez hecho esto debes darle a continuar y en la siguiente pantalla copiar el ID que te aparece:



Una vez copiado este ID, dirígete a *http://ga.webdigi.co.uk/* y pégalo en "Analytics Code". En el resto de campos deber poner el dominio www.facebook.es , en Page Link debes poner solo el final de la url de tu página de Facebook, es decir, si es *www.facebook.com/EllasConducen* debes coger sólo EllasConducen, y en Page Title el nombre para describirlo.

Una vez hecho esto le das a generar código y debes copiarlo para ahora pegarlo dentro de tu página de Facebook:



Una vez has accedido a tu página de Facebook tienes que ir a "Editar página" y una vez dentro editar la aplicación FBML y copiar el código generado. Esta aplicación es necesaria para que funcione por lo que si no la tienes puedes descargártela: **descargar FBML estático**

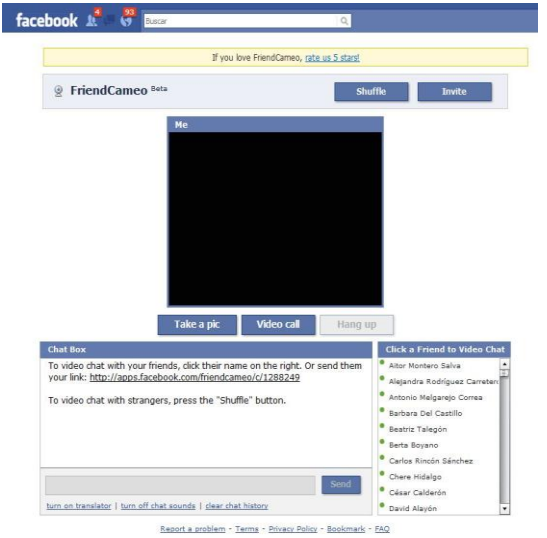
Pues una vez hecho todo esto y pegado el código en la aplicación, en un máximo de 24 horas en tu cuenta de Google Analytics podrás tener estadísticas del tráfico de tu página de fans de Facebook.

Realiza videollamadas gratuitas a través de Facebook

Ya está disponible para Facebook una nueva aplicación que te permite **realizar videollamadas al estilo Skype de manera totalmente gratuita** y utilizando la plataforma Facebook.

Se trata de FriendCam, tan sólo entra en la aplicación de Facebook, instalala y ya podrás usarla con tan sólo seleccionar al contaco con el que quieres hablar.

¡Sencillo y práctico!



Fanta Robertus, un claro ejemplo de lo que NO hay que hacer en Social Media

Seguro que habéis oido hablar de la promoción Fanta Robertus que la compañía ha puesto en marcha con un gran despliegue de medios, entre ellos TV, y donde mediante un concurso sorteaban a aprender con los mejores en San Francisco a ser Community Manager, Surfer y Dj, y **de nuevo una gran empresa vuelve a meter la pata hasta el fondo en su gestión de sus campañas de Social Media** (recordad el caso de Nestle o Domino´s Pizza).

¿Qué es lo que ha pasado?

Pues que **la marca Fanta no ha sido consciente del poder de los usuarios en la red** (y mira que se repite por todos lados), los ha subestimado, los ha intentado controlar y ello ha llevado a un movimiento paralelo creado por los usuarios contra la propia marca y favorecer a la competencia más directa.

Entre las distintas acciones que recriminan los usuarios a Fanta están el **haber borrado mensajes, bloqueado a usuarios**, haber realizado supuestamente "tongo" en el concurso y no respetar y cumplir las bases legales marcadas inicialmente.

Tras estas acciones de "prepotencia" de Fanta, los usuarios decidieron crear un grupo en Facebook llamado Fantongo donde a día de hoy ya hay más de 450 personas (y creciendo) hablando negativamente de la marca y además se creó en Twitter el hashtag #fantongo donde se está haciendo lo mismo.

La página en Facebook oficial de Robertus Fanta tiene a día de hoy 2.000 seguidores y la de Twitter (@**RobertusFanta**) es de reciente creación y tiene pocos seguidores, por lo que fijaros que la página creada paralelamente por los usuarios ya tiene 1/4 parte de sus usuarios en mucho menos tiempo, lo que me hace plantearme ¿quienes son mejores gestores del Social Media, los usuarios o quienes gestionan el canal de Fanta? Por mi parte creo que la respuesta está muy clara, el poder lo tienen los usuarios.

Otra pregunta que me plantea está equivocada gestión de Fanta es, ¿qué credibilidad le puede dar Fanta a un usuario

que quiere aprender con ellos a ser Community Manager cuando ni siquiera el propio equipo de Fanta lo sabe hacer bien?

Y como de todo siempre se puede sacar algo bueno, el caso de **Fanta Robertus** nos ayudará a aprender qué es lo que **no debemos hacer nunca** en nuestras campañas en Social Media.

Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

Para generar ventas está claro que debemos atraer a los clientes, y una buena manera de hacerlo es **usando el Social Media Marketing aportando valor o regalando algo sin esperar nada a cambio.**

¿Ejemplos? Pues acuérdate de que Skype te permite hacer llamadas de larga distancia de manera totalmente gratuita y YouTube te deja publicar videos sin pedirte nada a cambio por ello. Esto les ha permitido generar una gran comunidad en torno a ellos que han repercutido posteriormente en sus ventas.

En el Marketing en Redes Sociales debemos centrarnos en aportar valor, para que posteriormente este valor cree una comunidad en torno a nosotros que genere confianza y credibilidad en nuestra empresa lo que repercutirá en la venta de nuestros productos/servicios ya que el consumidor confiará en nosotros.

Para llegar a vender un producto es necesario que el consumidor crea en nuestra empresa antes que en el producto. Si el cliente consigue vernos como una empresa de confianza, las ventas vendrán dadas.

Para que nuestra estrategia en Social Media Marketing tenga éxito debemos seguir 3 sencillas normas: aportar valor, aportar valor y aportar valor.

Para ello además de ofrecer contenidos que sean de interés para nuestros seguidores, debemos mantenerlos actualizados frecuentemente para que la gente desee y esté esperando a que publiquemos algo, pero recuerda, **evita la tentación de publicar servicios** y céntrate en convertirte en una fuente imprescindible de información en tu sector.

Como siempre digo, debemos saber si nuestra estrategia en Redes Sociales está funcionando, y para ello tenemos que medir la eficacia tanto cualitativa como cuantitativamente de nuestras acciones, para lo que deberemos establecer en primer lugar los parámetros que queremos medir: captación de emails, nº de usuarios potenciales, nº de seguidores…

Me gustaría también añadir que **un factor relevante en el crecimiento de nuestras ventas es la regeneración de nuestros clientes y producto**, es decir, conseguir que nuestros clientes nos sean fieles, y esto lo podemos conseguir por ejemplo involucrándoles en la mejora de nuestros productos/servicios.

¿Por qué no aprovechamos los canales 2.0 para preguntar a nuestros clientes qué mejorarían de nuestros productos/servicios? Por un lado conseguimos el feedback de nuestros clientes, nuevas ideas que sumar a nuestras sesiones de brainstorming y lo más importante hacer sentir al cliente que le escuchamos, le tenemos en cuenta y hacemos los productos/servicios pensando en él.

Las experiencias enoturísticas de Bodegas Franco-Españolas y Paternina apuestan por el Social Media

Este pasado fin de semana he tenido el privilegio de poder disfrutar de unas jornadas de visita a las Bodegas Franco-Españolas y Paternina donde además de conocer más sobre el apasionante mundo del vino, he podido aprender a realizar una cata y diferenciar matices, y como no ver **la apuesta que están haciendo estas bodegas por los canales online y Redes Sociales**.

Todo comenzó el pasado sábado 17 de julio a las 11 de la mañana con una grata sorpresa al entrar en Bodegas Franco-Españolas y ver que **en la zona museo tenían un cartel invitando a los visitantes a seguirles en Facebook**.

Es genial ver que una bodega apuesta así por los Medios Sociales y además también los promociona en sus canales offline de una manera tan acertada.

La visita a la bodega fue muy amena así como el trato por parte de la persona encargada de explicarnos todo, ya que lo hacía muy sencillo y además invitaba a participar con preguntas.

Después de algo más de una hora de recorrer y conocer el proceso de elaboración del vino Franco-Españolas, nos sentamos en un mesón a realizar una cata de 4 de los vinos de la bodega y poder aprender a distinguir y conocer más sobre el vino utilizando la vista, olfato y gusto, y creedme que después de 45 minutos de cata aprendí cómo diferenciar y degustar un vino.

Está claro que **tanto Bodegas Paternina como Franco-Españolas está apostando fuerte por tener presencia en las Redes Sociales y abrir nuevos canales de comunicación con sus clientes** y estoy seguro que próximamente veremos novedades muy interesantes en materia de Marketing 2.0 para estas bodegas.

Cómo utilizar Twitter para mejorar el SEO de tu web

El posicionamiento natural en buscadores (SEO) cada vez requiere de más acciones para que sea efectivo y por ello las Redes Sociales juegan un papel importante en ello, y en esta ocasión me voy a centrar en **cómo utilizar Twitter para la mejora de la optimización de la web en los motores de búsqueda**.

La primera pregunta que se plantea mucha gente es si realmente los enlaces desde Twtter tienen valor desde un punto de vista SEO, y sobre esto debo decir que no es igual que otro enlace, ya que **Twitter introduce en sus enlaces una etiqueta que se denomina "nofollow" que lo que hace es no valorar un enlace ni transpasar popularidad**, aunque debo decir que esto es relativo, porque aunque no transpase popularidad tal y como conocemos, si puedo deciros que Google sí los tiene en cuenta aunque sea de otra manera, y es más, hay acortadores de url (es lo que transforma una url larga en una corta al estilo http://tinyurl.com/2wjxx76) que si que son válidos para SEO como son los del estilo TinyURL.

Viendo esta situación, en primer lugar debemos tener claro que **podemos utilizar Twitter como herramienta de generación**

de popularidad para nuestra web, pero además nos puede ayudar a generar tráfico directo a la web, y para ello el primer paso es conseguir un número elevado de seguidores que lean lo que escribes y posteriormente si lo ven interesante lo retwiteen al resto de sus seguidores.

Si es cierto que aunque no es fácil conseguir gran número de seguidores en Twitter se puede hacer y para ello debes planificar muy bien tu Social Media Plan.

Galería de aplicaciones gratuitas para Facebook

Hoy me gustaría compartir con vosotros (aunque puede que muchos de vosotros ya las conozcáis), una **galería de aplicaciones gratuitas para Facebook**, que os pueden ayudar a mejorar vuestro perfil de empresa.

RSS Feed

Te permitirá automatizar la publicación de tus posts en tu página de Facebook con tan sólo incluir tu Feed RSS.

Instalar aplicacion RSS Feed

Canal YouTube

Hace unos días hablaba de cómo integrar tu canal YouTube dentro de Facebook pero resultaba un poco complicado hacerlo, pues ahora con esta aplicación verás que es mucho más fácil hacerlo.

Instalar aplicación YouTube Channel

Galería de fotos

Crea galerías de fotos en tu perfil en Facebook y comparte experiencias con tus seguidores.

Instalar Photo Gallery

Presentaciones

Comparte con tus seguidores presentaciones que hayas hecho.

Instalar Slides

Flickr

Muestra en tu perfil de Facebook las ultimas fotos que has cargado en tu perfil de Flickr

Instalar Flickr

Archivos multimedia

Comparte tus archivos multimedia como videos o MP3.

Instalar File Sharing

PDF

¿Quieres compartir tus documentos en PDF desde tu perfil?

Instalar PDFs

Comienza el Pago por Tweet (PPT) ¿lo utilizarán las empresas?

Twitter sigue dándonos sorpresas y la última es la **posibilidad de pagar con tweets**, ¿no te lo crees? sigue leyendo y verás la gran revolución que puede crear esto en el Marketing en Redes Sociales para Empresas.

La potencia y viralidad del envío de un tweet por parte de alguien influyente es grandísima, de hecho sabemos que al menos en EEUU hay empresas que pagan a "gurús" con gran número de seguidores a lanzar tweets sobre sus productos con el fin de darlos a conocer y generar una buena reputación sobre ellos.

Dicho esto, entonces ¿por que no establecer un sistema de pago para la mayoría de los usuarios a los que regalarles algo a cambio de un tweet?

Esto es lo que ha creado la empresa PaywithaTweet , un sistema **de pago social donde la gente paga con el valor de su red**, es decir, por tan sólo enviar un tweet podrá conseguir algo a cambio.

¿Os imagináis la gran cantidad de posibilidades desde el punto de vista de Marketing Social en Empresas que esto tiene?

Google cambia su algoritmo de indexación y lo llama Google Caffeine

Hasta ahora Google mostraba los resultados de las búsquedas ordenados según su algoritmo de indexación, y esta algoritmo era un poco rígido y en muchas ocasiones no conseguía indexar contenido fresco y del momento con toda la rapidez deseada.

Pues esto ha cambiado con el nuevo **Google Caffeine, el nuevo sistema de indexación de contenidos de Google** que gracias a numerosas mejoras consigue devolver resultados mucho más actuales por lo que el usuario podrá encontrar contenido de actualidad pocos segundos después de haber sido publicado.

Uno de los principales motivos de esta mejora es debido a la aparición de nuevos contenidos en tiempo real como los generados en Facebook o Twitter , por lo que el buscador quiere también poder mostrar a estos usuarios este contenido con la mayor rapidez posible.

¿Esto afectará negativamente a mi web? Pues la respuesta es depende, ya que si tu web no se actualiza frecuentemente ni ofrece contenido de calidad probablemente tu posicionamiento en buscadores irá cayendo, si por el contrario tienes una web

con contenidos renovados y de calidad Google Caffeine te ayudará a incrementar tus visitas.

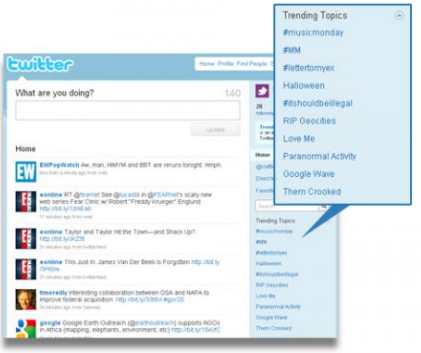
Publicidad en los Trending Topics de Twitter

Ya desde hace tiempo se habla que **Twitter va a introducir publicidad para ganar dinero** y parece que ya empieza, y lo hace con **anuncios en los trending topics**.

Este nuevo formato aparece para determinadas búsquedas y se puede ver como trending topic pero para diferenciarlo pone que es patrocinado.

Cuando haces click en él se abre una búsqueda sobre el asunto donde el primer mensaje es del anunciante.

Por el momento no he podido verlo en el Twitter español, pero sé que la primera empresa en utilizarlo ha sido Disney y se habla que ha pagado en torno a 10.000$ por ello.



ManageFlitter, una nueva herramienta para gestionar tu cuenta de Twitter

Hoy os presento ManageFlitter , una herramienta para gestionar Twitter que tiene muy buena pinta y que entre otras cosas **nos permitirá gestionar a quien seguimos y borrar aquellas cuentas que están inactivas**.

Para utilizarla tan sólo tienes que entrar en *http://manageflitter.com*, darle al botón de comenzar y permitirle autorización para acceder a tu cuenta Twitter.

Una vez dentro veras información muy útil, por ejemplo te dice cuántas de las personas a las que tu sigues no te han devuelto el follow, cuántas cuentas de las que sigues no se han actualizado al menos en los últimos 30 días y además puedes dejarlas de seguir con tan sólo 1 click, también ver los seguidores más activos …

Twitter entra en la geolocalización con Twitter Places

Mientras en España se empieza a implantar y crecer el uso de herramientas de geolocaclización como Foursquare , Twitter no quiere quedarse atrás y presenta **"Twitter Places", su nueva herramienta de geolocalización**.

Su funcionamiento básico consiste en que cuando vayas a escribir un tweet, y siempre y cuando le hayas dado permiso a Twitter para que obtenga tu localización, **podrás elegir entre distintos lugares ubicados en el área en la que te encuentras o añadir uno nuevo**.

¿Significa esto que Twitter será la nueva competencia de Foursquare y Gowalla? La verdad es que no, y creo que **la estrategia de Twitter es muy inteligente**, ya que en lugar de tratar de competir con ellos, ha decidido aprovechar el conocimiento y uso que la gente hace de herramientas como Foursquare e integrarlo cogiendo el listado de sitios de estas herramientas.

Por el momento no hay fecha de lanzamiento pero seguiremos al tanto de todo para contarte las nuevas novedades.

Como integrar y sincronizar tus perfiles en Facebook, Twitter y YouTube

Cada vez participamos en más Redes Sociales por lo que se nos hace más difícil poder actualizar todas hechas sin dedicar una gran cantidad de tiempo. ¿Has pensado en sincronizar varios de tus perfiles en Redes Sociales entre sí?

En primer lugar tengo que decir que esta práctica si no se hace bien y de manera controlada puede afectarte negativamente ya que quienes te sigan por varias Redes Sociales verán los mensajes duplicados cada vez que lances uno, por lo que es importante saber cuándo lo vamos a hacer y en qué redes.

Y como el procedimiento lo dejaré a tu elección ya que dependerá de las necesidades de tu negocio, voy a pasar a explicar cómo puedes integrar las tres Redes Sociales más usadas: Facebook, Twitter y YoutTube.

Sincronizar Facebook y Twitter

Si queréis que todo lo que publiqués en Facebook se publique de manera automática también en Twitter, debeis entrar en ***http://www.facebook.com/twitter/*****,** y desde ahí podréis vincular ambos perfiles y decidir qué es lo quereis sincronizar, ya que por ejemplo sólo os interesa hacerlos con las

actualizaciones de estados y no lo eventos, la opciones sun variadas.

Sincronizar Twitter y Facebook

El caso inverso, si queréis que todo lo que publiquéis en Twitter se publique automáticamente en Facebook debéis acceder a ***https://twitter.com/widgets/facebook*** y desde aquí sincronizar ambas cuentas.

Sincronizar YouTube y Twitter

Si lo que quieres es que toda actualización que realices en tu canal de YouTube se refleje en tu cuenta Twitter, puedes hacerlo accediendo a tu canal YouTube y en la parte superior derecha hacer click en “Cuenta” que aparece una vez desplegamos la flecha que aparece al lado de nuestro nombre.

Una vez dentro, debes buscar la opción “Compartir Actividad”, activarla y marcar qué cosas quieres compartir. Una vez hecho esto dirígete al icono de Twitter y desde ahí podrás vincular ambas cuentas.

Sincronizar YouTube y Facebook

El proceso es el mismo que para Twitter pero dentro de compartir actividad lo harías con el logo de Facebook.

Descubre nuevas aplicaciones y funcionalidades de Twitter

Muchos pensamos que Twitter será un potente canal de comunicación en el futuro y que a día de hoy no ha hecho más que empezar, y muestra de ello son las **aplicaciones para Twitter que se están creando** y que nos permitirán disfrutar de nnuevas funcionalidades.

Poco a poco iremos viendo el nacimiento de nuevas aplicaciones que nos ayudarán a aprovechar más el potencial de los tweets y conseguir que nuestros seguidores se involucren e interactuen más con ellos, y por consiguiente **desde el punto de vista de empresa podremos rentabilizar aún más nuestras estrategias en Social Media**.

Y para mostraros algún ejemplo os voy a detallar cuales son estas primeras aplicaciones Twitter y en qué consisten:

Fab or Drab

¿No sabes que ponerte de ropa? Pues esta aplicación te permite subir la foto de la ropa que estás pensando en poner y el resto de usuarios podrán votarlo lo que opinen más oportuno. ¿Parece una tontería? No lo es, porque permite además incluir anotaciones sobre el precio de la ropa, la marca

o la tienda donde se compro, así que si tu negocio está relacionado con el mundo de la moda imagina las posibilidades que te ofrece.

Tazpic

El etiquetar fotos ya no será sólo cuestión de Facebook sino que con esta aplicación podremos etiquetar la foto de cualquier usuario de Twitter, y si alguien nos etiqueta recibiremos un tweet informándonos de quién lo ha hecho.

Android SMS to Twitter Gateway

Esta aplicación permite el envío de SMS de manera totalmente gratuita a cualquier operador.

Aunque todavía no es posible probar estas aplicaciones, en pocos meses iremos viendo como van apareciendo más funcionalidades de Twitter que prodemos ir testeando y Twitter día a día y año a año se irá convirtiendo en ese poderosa herramienta de comunicación en la que muchos confiamos.

Usa Bitácoras para conocer lo más tuiteado del momento en España

En Twitter hay gran cantidad de información que se actualiza por segundos y resulta prácticamente imposible estar al tanto de todo, por lo que existen herramientas que te pueden ayudar a encontrar aquel contenido que más te interesa o que está siendo más popular.

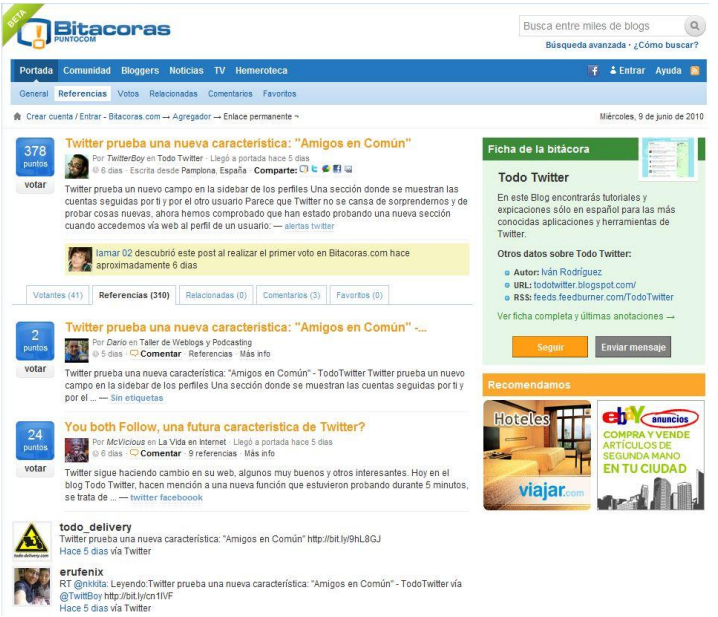
Por el momento la mayor parte de estas herramientas no están enfocadas al mercado español por lo que su uso es limitado, pero si existe un apartado en Bitacoras, una web donde los usuarios publican lo mejor de los blogs, que **nos dice qué es lo más tuiteado del momento** (últimos 7 días).

Para verlo tan sólo tienes que entrar en Bitacoras.com y en la parte derecha verás la opción "+ Tuiteado":

Además haciendo click sobre el tweet que más te interese te mostará todas las referencias que ha recibido y comentarios.

¿De qué nos sirve saber qué es lo más popular en Twitter?

Pues además de para estar informado de lo último que se habla en la red puedes usarlo para conseguir nuevos seguidores en tu cuenta de Twitter, sacar ideas para escribir un post en tu blog que genere tráfico…



Yahoo se integra con Facebook y Twitter

Yahoo sigue trabajando para mejorar su nivel de relevancia en España (que cada día es más bajo) y por ello no ha dudado en firmar un acuerdo con Facebook para integrarlo en su web de tal manera que **puedas interactuar con tu cuenta de Facebook sin necesidad de salir de tu cuenta de Yahoo**.

Estamos hablando de lo que se llamará **Yahoo Pulse**, un sistema que te permitirá ver tanto tu perfil de Facebook como de Twitter desde la propia página de Yahoo.

Por el momento no está disponible ni hay fecha definida para su lanzamiento, pero viendo que cada día menos gente usa cuentas de Yahoo me temo que al menos en España este nuevo lanzamiento va a ser un fracaso.

Como opinión personal además quiero destacar todos los golpes que los grandes buscadores se están dando al intentar crear sus propios canales 2.0 como ha sucedido con Google Buzz o Google Wave, dándose cuenta que lo que mejor les va a funcionar es aliarse con las grandes redes sociales y trabajar de la mano en lugar de intentar hacerles la competencia.

Utiliza Foursquare como herramienta de marketing para tu negocio

No sé si habrás oido ya hablar de Foursquare, pero para los que no lo conozcan comentaros que es una **nueva herramienta de geolocalización social** que te permite indicar a tus amigos y otros usuarios en cada momento dónde estas, ya sea un local, centro comercial… y dejar un comentario sobre ese sitio.

Esta nueva herramienta **tiene un importante aplicación desde el punto de vista de negocio** que te voy a contar a continuación.

Para comenzar decirte que Foursquare funciona como una especie de juego donde puedes ir ganando puntos y nombramientos en función de los "check-in" (actualización del sitio donde estás) que hagas y además **permite una perfecta integración con Twitter y Facebook**, de tal manera que se actualiza automáticamente en tus perfiles cuando haces un "check-in".

Este nuevo "juego" ofrece un gran potencial a las empresas cuyos negocios están en la calle ya que **les permite conectar directamente con sus clientes** actuales y los potenciales que se encuentran en ese momento por su zona.

¿Cómo puedes hacer que tu negocio triunfe en Foursquare?

Para empezar puedes crear distintas promociones para los usuarios que lleguen a un cierto número de check-in, con ello conseguirás fidelizar a esos clientes y ganar visibilidad tanto en Foursquare como en Facebook y Twitter.

Debes intentar en todo momento interactuar con los usuarios que estén en tu zona, de esta manera conseguirás llegar a un número más elevado de usuarios y por lo tanto poder convertirlos en clientes.

Es importantísimo que la actitud que adoptes no sea puramente comercial, o dicho de otro modo, que no sea SPAM, ya que todo el trabajo realizado se podría volver en tu contra.

Maneja Twitter con TweetDeck y su nueva versión con más funcionalidades

TweetDeck es un programa que **te permite manejar Twitter desde tu escritorio sin necesidad de tener que entrar en su web**.

La novedad es que **acaba de lanzar su nueva versión que incluye nuevas mejoras y funcionalidades** que nos facilitarán el manejo de este programa, en el que quiero destacar que además de manejar tu cuenta de Twitter también podrás gestionar Facebook y Linkedin.

Entre las nuevas funcionalidades me gustaría destacar la posibilidad de programar tweets, elección de nuevos acortadores de url´s, integración para manejar blogs en Wordpress, funciones de geolocalización e incluye soporte para Foursquare.

Personalmente de todos los que he probado TweetDeck es el que más me gusta y el que uso habitualmente, además **está disponible también para iPhone y iPad**.

Ya puedes integrar Facebook y Twitter con tu cuenta de correo Gmail

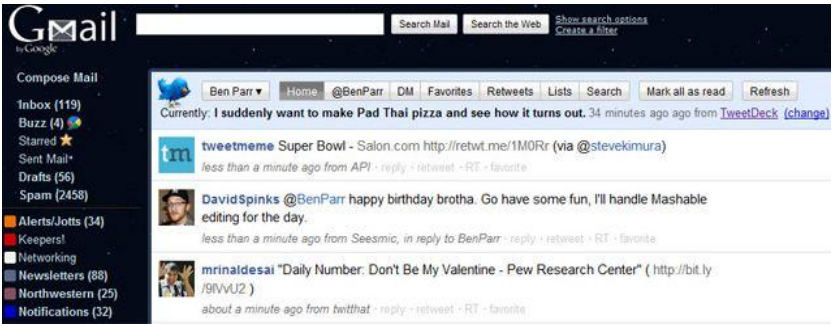
Si usas Gmail como correo seguro que te viene bien que sigas leyendo este post donde **te voy a explicar cómo puedes integrar tu cuenta de Facebook y Twitter dentro de tu email**, para que desde un mismo sitio puedas consultar todo.

Para ello lo primero debes entrar en tu cuenta de Gmail, dirigirte a Google Labs entrando en "Configuración" -> "Labs" y allí habilitar la opción "Añadir cualquier gadget mediante url" y guardar:

Una vez hecho esto primero vamos a configurar Twitter por lo que te vas a "Configuración" -> "Gadgets" y en el recuadro que nos aparece debemos añadir la url de la aplicación TwitterGadget que es *http://www.twittergadget.com/gadget_gmail.xml* y hacer click en "añadir":

Ahora toca configurar Facebook por lo que de nuevo nos dirigimos a “Configuración” -> “Gadgets” y en el recuadro que nos aparece debemos añadir la url de la aplicación Facebook Gadget por iBruno que es http://hosting.gmodules.com/ig/gadgets/file/104971404861070329537/facebook.xml y hacer click en “añadir”.

Con esto en la parte lateral izquierda te deberían aparecer las zonas nuevas para acceder a Facebook y Twitter.



Aprende cuál es la mejor manera de consultar los enlaces a tu web

Los enlaces que apuntan hacia una web son uno de los factores con cierta importancia a la hora de posicionar tu web en buscadores y para ver qué enlaces nos apuntan podemos usar herramientas de análisis SEO, recurrir al comando "link:www.midominio.com" o la opción más recomendable que es acudir a las Herramientas para Webmaster de Google.

El comando link es utilizado por mucha gente para ver los enlaces que tiene hacia su web y es tan sencillo de utilizar como irte al buscador de google y poner el comando link seguido del dominio que quieres comprobar tal y como muestro en la imagen:

Haciendo click en "Buscar en Google" te mostrará los enlaces que apuntan a tu web, pero es importante que sepas que existen bastantes más de los que Google te muestra, y es

que en propias palabras del técnico más famoso de Google, Matt Cutts, este comando sólo muestra algunos de todos los enlaces existentes.

Lo que **Matt recomienda es acceder a tu cuenta en las Herramientas para Webmaster de Google** (si no tienes te la puedes crear, es totalmente gratuita) y allí podrás ver una completa lista de todos los enlaces hacia tu web y así poder analizarlos. Tan sólo tienes que ir dentro del menú “Su sitio en la web” a la categoría “Enlaces a su sitio”:

Aplicaciones Firefox para controlar el SEO de tu web

Firefox es uno de los exploradores que cada día crece más en número de usuarios, y entre sus múltiples ventajas me gustaría destacar la diversidad de aplicaciones que tiene, y hoy os voy a comentar algunas que os permitirán controlar el posicionamiento en buscadores (SEO) de vuestra web.

SEO for Firefox

Es una de las aplicaciones más conocidas y que te permite comprobar datos como pagerank, antigüedad del dominio, las etiquetas alt de las imágenes o los enlaces entrantes.

Google Global Firefox Extension

Esta aplicación es genial si necesitas controlar los ranking de posicionamiento en Google en distintos paises, por ejemplo porque tengas una web en distintos idiomas y cada idioma esté enfocado a un país concreto.

User Agent Switcher

Con la entrada de nuevos dispositivos móviles y la existencia de distintos navegadores (Explorer, Safari, Chrome, Firefox…) se hace indispensable que nuestra web se vea bien en todos

ellos, y para poderlo comprobar esta aplicación nos permite desde nuestro navegador visualizar cómo se vería en otros dispositivos y exploradores.

Link Diagnosis

Una de las mejores herramientas para ver la cantidad y calidad de enlaces entrantes a nuestra web. Ofrece informes con gráficos muy claros y comprensibles y además permite exportarlos a un documento CSV.

Con estas aplicaciones para Firefox podrás tener controlado y saber más sobre el posicionamiento natural en buscadores de tu web y ver si el trabajo SEO que se está haciendo tiene resultados o necesita mejorarse.

Herramientas de monitorización y analítica para Twitter

Como ya he comentado en otras ocasiones **Twitter es una excelente herramienta de comunicación para los negocios** ya que te permite ver resultados en tiempo real, llegar a tus clientes de una manera directa, obtener un feedback de tus productos/servicios y todo a un coste fácilmente rentable.

Pero como toda estrategia **necesitamos poder analizar los resultados** y saber si realmente estamos llegando a nuestro público objetivo de una manera efectiva, cómo es nuestra marca percibida o qué están diciendo de nosotros en Internet.

Para conocer todo esto os voy a recomendar una serie de herramientas para Twitter que te permitirán analizar todo esto y mucho más:

Twitter Grader

Con tan sólo introducir tu nombre de usuario podrás ver el potencial de tu perfil en Twitter en una valoración de 0 a 100.

Tweetbuzzer

Excelente herramienta que te permite monitorizar tu marca en Twitter. En un primer paso debes solicitar su seguimiento y esperar a que sea aprobada.

TweetEffect

Te permitirá conocer con que tweets ciertos seguidores dejaron de seguirte o comenzaron a hacerlo.

Twitter Analyzer

Excelente herramienta que te ofrecerá datos como quién te hace retweet en tus mensajes, quien escribe sobre ti, estadísticas de comportamiento y todo ello también con gráficos cómodos de leer.

Klout

Podrás conocer el grado de influencia de tus opiniones, enlaces y recomendaciones a través de Twitter.

Ya puedes compartir archivos a través de Twitter

Seguimos presentando nuevas herramientas que nos hacen la vida más fácil en Twitter y ahora le toca el turno a aquellas que **nos ayudarán a compartir archivos**.

Son numerosas las herramientas gratuitas que hay pero entre todas os voy a destacar las dos que personalmente más me gustan y más útiles encuentro:

FileSocial

Te permitirá cargar y compartir muchos tipo de archivos como PDF, presentaciones en powerpoint, videos y audios.

Filetweet

Con esta herramienta en lugar de compartir archivos los **puedes enviar directamente a tus seguidores por DM o por email**. Entre sus mejores características destaco la posibilidad de enviar archivos de hasta 2GB.

Qué es el Web Performance Optimization (WPO)

Son muchos los términos nuevos que aparecen en el argot tecnológico de Internet y de los cuales debemos estar al día si queremos estar a la última de lo que sucede en el marketing en Internet.

En este caso os voy a hablar del **Web Performance Optimization (WPO),** un término que han empezado a manejar los expertos en marketing en buscadores a la hora de desarrollar estrategias SEO, y que nació a raiz de que Google anunciara la importancia que adquiere la velocidad de carga de una web en su posicionamiento.

El WPO se encarga de analizar y proponer cambios para optimizar la velocidad de carga de una web y conseguir reducir el tiempo en el que los usuarios pueden visualizarla completamente mejorando su experiencia de navegación lo que se traduce para la empresa en un incremento de sus ganancias.

Como podemos ver cada día el trabajo SEO adquiere una nueva visión y **una estrategia SEO para que sea exitosa debe centrarse más en el usuario** y en mejorar su experiencia durante la visita a la web y menos en los factores

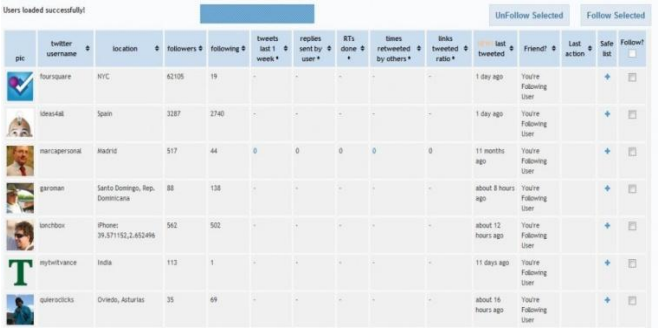
de la “antigua escuela” como densidad de palabras clave…. aunque con esto no quiero decir que no haya que prestarle a atención necesaria.

Gestiona tus contactos de Twitter con Tweepi

Según va creciendo nuestro número de contactos en Twitter cada vez se complica más su gestión, por lo que te voy a presentar una herramienta que te facilitará el trabajo, se trata de Tweepi.

Con esta herramienta podrás encontrar nuevos perfiles en Twitter que te interesen seguir en función de tus intereses, saber cuáles no te han devuelto el follow y poder borrar rápidamente aquellos que ya no te interesan por la razón que sea.

Para usar Tweepi tan solo tienes que entrar en *tweepi.com* e identificarte con tu cuenta de Twitter haciendo click en “Login”.



Una vez identificado con tu cuenta ya puedes comenzar a comprobar datos interesantes sobre tu cuenta que te ayudarán a optimizarla.

Cómo empezar a promocionar tu marca personal en Redes Sociales

Siempre hablamos de utilizar la Redes Sociales para que las empresas incrementen su imagen de marca y generen nuevos clientes y por lo tanto negocio, pero ¿has pensado en promocionar tu marca personal y darte a conocer como un profesional de tu sector?

La marca personal es tu bien intangible más preciado, y **como profesional de un sector puedes usar las Redes Sociales para darte a conocer como experto en la materia** y generar una notoriedad en torno a tu persona que revierta en trabajo.

Esta es la idea principal de lo que **me he permitido la libertad de denominar "Social Personal Branding",** y es básicamente utilizar los diferentes canales 2.0 para darte a conocer como profesional en un sector y generar por lo tanto trabajo.

Esta semana he tenido el privilegio de poder impartir dos sesiones de coaching sobre **Social Personal Branding** a un experto en finanzas, gestión de patrimonios e inversiones que quería comenzar a crear su marca personal como profesional del sector y darse a conocer utilizando redes sociales.

La verdad que las sesiones han sido muy interesantes y provechosas y hemos podido analizar la mejor manera de posicionar su persona como experto en su sector.

A continuación os dejo una pequeña presentación sobre Social Personal Branding donde hablo de los pasos a seguir para empezar a construir tu marca personal en Redes Sociales.

Cómo empezar a promocionar tu marca personal en Redes Sociales

Siempre hablamos de monitorizar resultados cuantitativos en Twitter como número de seguidores, retweets …. pero ¿qué pasa con los resultados cualitativos?¿tienen menos importancia?

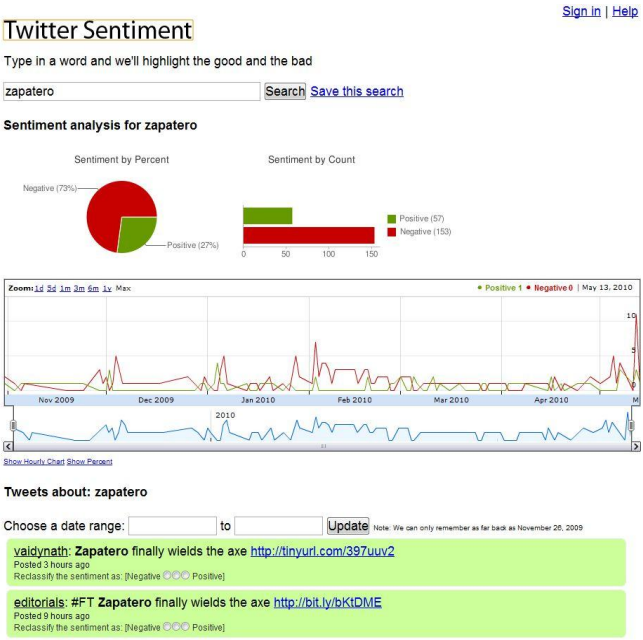
En absoluto, la importancia de estos resultados es vital para la valoración de efectividad y medición del ROI en campañas de Social Media por lo que os voy a presentar unas herramientas de Twitter que **te ayudarán a saber más sobre las emociones y sentimientos de tus seguidores en Twitter relacionados con tu marca o producto**.

Estas herramientas son muy útiles para conocer el grado de satisfacción y lo que piensan nuestro usuarios acerca de nuestra empresa/producto, y con ello poder tomar decisiones acertadas a la hora de enfocar nuestra estrategia en redes sociales.

Twitter Sentiment

Herramienta que **te dirá gráficamente los tweets tanto positivos como negativos sobre una palabra** y el grado de satisfacción sobre ella a nivel general.

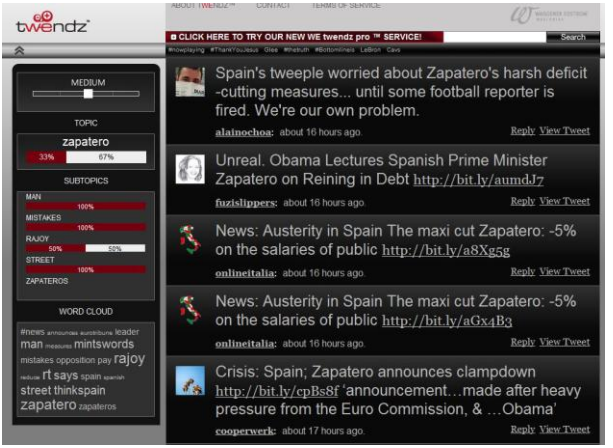
Como ejemplo de búsqueda he utilizado a Zapatero, que es indiscutible que hay todo tipo de opiniones y es muy buen ejemplo para ver el funcionamiento de esta herramienta.



Twendz

Podrás **analizar el sentimiento sobre una palabra clasificándola en positiva, negativa o neutral**, y además analiza también otras palabras relacionadas con la búsqueda realizada.

Como ejemplo he vuelto a realizar la búsqueda con la palabra Zapatero para poder comparar resultados.



Como podéis ver son herramientas muy interesantes y que desde un punto de vista de negocio te pueden aportar muchos beneficios en el desarrollo de tu estrategia de Social Media.

Herramientas para gestionar cuentas de Twitter corporativas

Hace unas semanas os comentaba sobre una herramienta que Twitter está probando para gestionar cuentas corporativas pero por el momento no está abierta a todos, y es por ello que hoy os hablo de dos herramientas que si que podéis utilizar y que **os ayudarán si tenéis que gestionar cuentas de twitter corporativas**.

Cotweet

Es una plataforma que **te ayudará a gestionar una cuenta de Twitter corporativa con la participación de hasta 5 usuarios diferentes**.

Entre sus numerosas funcionalidades destaco la gestión de múltiples cuentas, monitorización de keywords y análisis de tendencias, tracking de los clicks y programación de tweets.

Media funnel

Esta herramienta es muy interesante ya que además de poderla usar en Twitter **también funciona en Facebook**, por lo que podrás manejar varias cuentas corporativas de ambas plataformas sociales.

Entre sus funcionalidades más destacadas destaco la selección de distintos tipos de usurios para las cuentas (administrador, colaborador, anónimo…), programación de tweets, la posibilidad de definir intervalos de publicación de tweets y monitorización de keywords.

Lo mejor es que pruebes estas dos herramientas y decidas por tí mismo cuál encaja mejor dentro de tus necesidades, pero seguro que te ayudarán y facilitarán el trabajo diario.

Aspectos a tener en cuenta en el posicionamiento en buscadores (SEO) para tu página de Facebook

A la hora de crear una página de nuestra empresa en Facebook es importante que tengamos en cuenta ciertos aspectos que nos ayudarán a posicionarla en buscadores para que sea más accesible.

El nombre

Es importante escoger bien el nombre, ya sea el de tu empresa o el de algún producto/servicio, siempre y cuando no sea muy genérico y sobretodo que no sea un cúmulo de palabras claves ya que será detectado como SPAM.

Es importante que sepas que cuando llegues a los 25 fans podrás personalizar la url de tu página desde *facebook.com/username* , lo que te ayudará en posicionamiento y accesibilidad para los usuarios

Sección "Sobre nosotros"

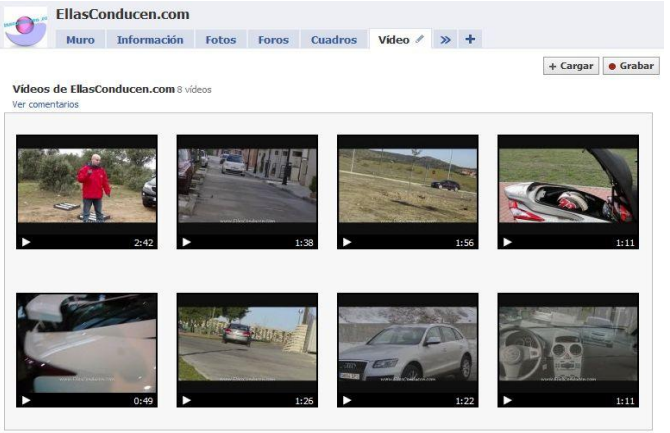
En esta sección, ya que los caracteres son limitados, debes describir tu empresa incluyendo palabras clave y la url de tu web.

Pestaña Información

En este espacio puedes incluir las keywords más relevantes, la url de tu web y describir con algo más de detalle a tu empresa.

Usar aplicaciones

Hay gran cantidad de aplicaciones para Facebook que te ayudarán a mejorar la experiencia del usuario en tu página, con el fin de que pase mñas tiempo en ella. Encontrarás desde la aplicaciones para introducir código html y poder enlazar a secciones de tu web, incluir canales de video…



Adjunta enlaces en tu muro

En tu muro puedes publicar enlaces a una página web externa para compartir con el resto de fans y provocar que lo compartan con otros amigos y producir viralidad.

Esta son las recomendaciones más básica para ayudar a posicionar en los buscadores tu página de Facebook y conseguir que los usuarios encuentren un valor real en ella.

Aprende a hacer una migración de fans entre dos páginas de Facebook

Puede darse el caso y de hecho conozco varios, en los que por diferentes motivos necesitas cambiar tu página de fans de Facebook porque hayas cambiado el nombre de la empresa o de un producto y servicio, y tengas que comenzar desde cero a crearla.

Lo primero que te planteas es ¿puedo migrar los fans que tenía de la antigua página de fans a la nueva? la respuesta es no, ya que como tal **no es posible hacer una migración de fans** pero si puedes seguir un proceso que te ayudará a realizarlo de la mejor manera posible.

Proceso para migración de fans a nueva página

Lo primero que debes hacer es crear la nueva página de fans sin borrar la antigua, debe haber un tiempo que tienen que estar conviviendo.

El primer paso una vez creada la nueva página es **enviar una actualización a todos los fans con enlace a la nueva página**, comunicándoles el cambio. Para ello debes irte a "Editar página" y en la columna de la derecha aparece un

mensaje que pone “Envía una actualización a los Fans”, y ahí podrás escribir el mensaje y mandarlo a la vez a todos los fans.

Seguidamente **cada 2-3 días escribe un mensaje en el muro de la nueva página de fans comentando que ois habéis trasladado a una nueva página** y que les esperáis allí y debes nombrar la url exacta de la nueva página.

También es interesante crear una nueva pestaña dentro de la nueva página que explique el porque habéis cambiado la página. Esta pestaña la puedes crear con una de las aplicaciones para páginas de fans de Facebook como es FBML.

Si sois varias personas dentro de la empresa es recomendable que sean administradores de la página y todos colaboren en su distribución usando el botón de “Compartir”.

Si además dispones de un blog corporativo, escribe un post donde hables del cambio e invites a todos a unirse a la nueva página de fans.

Debes ser consciente que no se apuntarán el 100% de los fans que tenías antes, pero visto desde el punto de vista de la calidad, es un filtro que vas a realizar para tener en tu página sólo a aquellas personas realmente interesadas en tu producto/servicio y por lo que prevalecerá la calidad frente a cantidad, aspecto que desde mi punto de vista se valora poco y sólo se busca “agrandar” la lista de fans sin mirar si es gente realmente interesada en el producto.

Crea encuestas en Twitter con estas herramientas gratuitas

Poco a poco la nueva herramienta de comunicación Twitter nos ofrece nuevos servicios gracias a la creación de aplicaciones externas, en este post os voy a hablar de **cómo crear encuestas online en Twitter con dos herramientas totalmente gratuitas** (aunque hay opciones de ampliar servicios mediante pago).

Estas dos herramientas son Polldaddy y Twtpoll, cuyo uso como veréis es muy sencillo y podrés tener en cuestión de minutos vuestra encuesta montada.

Polldaddy

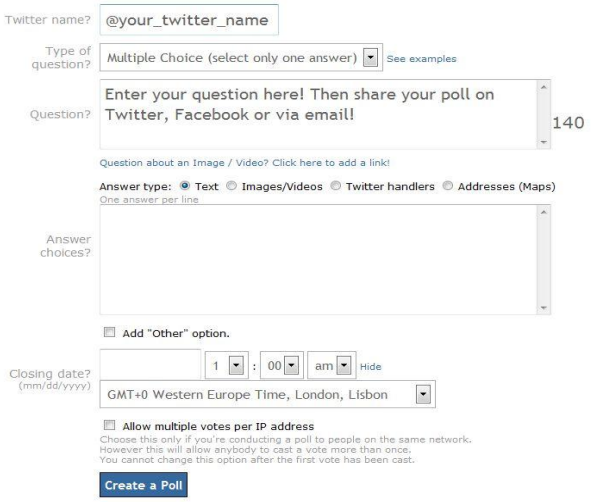
Accede a *http://twitter.polldaddy.com/* y a continuación debes completar los campos que hacen referencia a la pregunta de la encuesta, seleccionar el número de respuestas que quieres que tenga y sus correspondientes opciones.

Luego introduces los datos de tu cuenta y le das a “Send poll to Twitter” y ya tienes la encuesta publicada en Twitter al estilo de este tweet:

La gente podrá votar haciendo click en el enlace en la pantalla que se muestra con las estadísticas de voto:

Twtpoll

Esta herramienta tiene una opción gratuita y otras de pago con más opciones. Para comenzar debes acceder a *http://twtpoll.com/* y hacer click en "Create a poll" y a continuación completar de una manera similar a la anterior herramienta los campos que requiere:



Con TwitVance podrás programar tus tweets para enviarlos cuando quieras

Seguro que en más de una ocasión has pensado que te vendría genial poder programar el envío de un tweet porque justo a la hora que lo quieres lanzar no puedes porque tienes una reunión, pues te presento TwitVance, **una herramienta de programación de tweets** presentada hace sólo unos días y que destaca por su facilidad de uso.

Para comenzar a usar esta herramienta debes crearte una cuenta gratuita en TwitVance (tan sólo tardarás 30 segundos) y luego **podrás empezar a configurar el envío de tweets en cuantas cuentas desees**.

Lo primero es configurar todas las cuentas de Twitter que quieres usar y para ello hacemos click en “Add New” y seguimos los pasos que nos indica.

Una vez configurada al menos una cuenta te aparecerá la siguiente pantalla donde podrás completar el mensaje del tweet y la fecha y hora de envío.

Una vez has completado todos los campos dale a “Create Tweet” y ya está listo y pendiente de enviarse en el momento marcado.

Como podéis comprobar el manejo de esta herramienta es muy sencilla y las ventajas que nos trae son enormes, ya que podemos programar todos los tweets que queramos y ya no necesitaremos tener que estar preocupados de enviar tal día a tal hora ese tweet.

Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

A día de hoy gran cantidad de empresas utilizan para comunicarse con sus clientes una newsletter o realizan campañas puntuales de email marketing, pero ¿se está haciendo correctamente?¿sabemos si nos son rentables estas acciones? Vamos a intentar dar respuesta a estas dos preguntas.

Cómo hacer correctamente un envío de Email Marketing

Me llama mucho la atención cuando llego a una empresa y evaluando el proceso que siguen en el envío de sus newsletter me encuentro con que lo hacen directamente con herramientas como Outlook, creando listas de distribución y poniendo en ellas los emails.

Aunque parezca mentira todavía hay muchas empresas que lo siguen haciendo así, y evidentemente no es correcto. El porque es que **utilizando Outlook la mayor parte de los envíos que realices se quedarán en la carpeta de SPAM** del destinatario y no serán nunca entregados por lo que será una acción totalmente ineficaz, además de que con Outlook no

dispones de estadísticas que te permitan monitorizar el éxito de la campaña como ratios de apertura, de clicks…

Existen en el mercado gran cantidad de herramientas de pago con un coste muy bajo (ej. 20€ = envío a 2.000 direcciones de email) que te ayudarán a gestionar tus envíos cómodamente, evitar que la mayor parte se quede en SPAM y además te dará estadísticas del envío.

¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

Para dar respuesta a esta pregunta debemos evaluar los objetivos de nuestras campañas, costes que tenemos y beneficios que nos generan.

¿Cuál es el objetivo de tu newsletter? Promocionar los productos del mes más destacados y convertir en ventas, informar a tus clientes de algo puntual…. ¿Cuántas personas trabajan en la creación de estas campañas? ¿Cuánto pagas por la herramienta de envío de emails? Dando respuestas a estas preguntas y monetizándolo puedes tener una aproximación del coste de tus campañas.

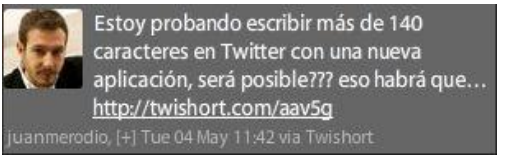
Ahora tenemos que analizar los resultados de las campañas y para ello puedes combinar los datos que te ofrece la herramienta de envío con Google Analytics donde poder monitorizar las conversiones. Debes conocer ratios de apertura, conversión en visitante, conversión en venta, etc.

Con estos estos datos podemos establecer por ejemplo períodos de 3 ó 6 meses y ver si nuestro ROI es positivo o negativo. Si es negativo debemos evaluar el motivo, si es porque los costes son elevados y debemos reducirlos automatizando procesos y dedicando menos personal a ello o podemos mejorar la optimización del newsletter porque puede ser que sea poco amigable con los usuarios.

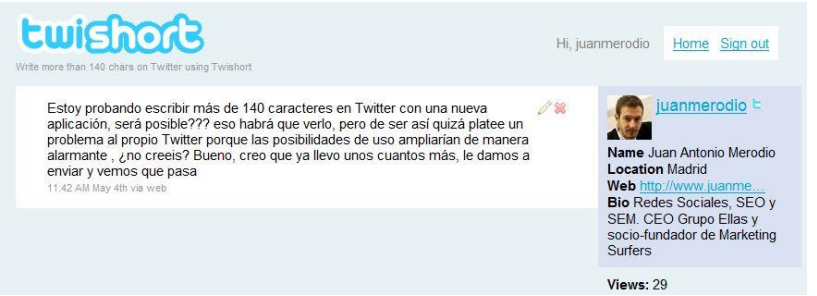
Como cualquier otra estrategia de marketing, **el Email Marketing debe ser medido y debemos tener planes de contingencia** creados para poder tomar soluciones inmediatas.

Escribe más de 140 caracteres en Twitter con Twishort

Hace unos días conocí una herramienta llamada **Twishort** **que supuestamente permitía escribir más de 140 caracteres en un tweet,** así que la he probado y los resultados son un tweet como este:



¿Qué es lo que hace? Básicamente **escribe el tweet todo lo largo que quieras pero a partir del caracter 140 lo que hace es mostrar un enlace** que te lleva a una página donde puedes leer el tweet completo.



Esta herramienta puede resultar muy interesante para mandar comunicados o notificaciones que necesites más de

140 caracteres, ya que es muy fácil que alguien que está leyendo un tweet y se corte a medias haga click en el enlace para seguir leyéndolo por lo que el ratio de apertura puede ser interesante.

Además, cabe destacar que Twishort **te dice las visitas que ha tenido esa página**, por lo que puedes monitorizar sus resultados.

Gluly, una herramienta para poner comentarios en todas las webs que quieras

Me acaba de llegar la noticia de una nueva herramienta llamada Gluly que lo que hace es instalar una barra de herramientas en tu navegador que **te permitirá poner comentarios en cualquier sitio web aunque éste no tenga la opción**.

Esta nueva herramienta desde mi punto de vista va a dar mucho que hablar porque deja total libertad al usuario para comentar lo que quiera sobre una web, marca, producto o servicio sin que la propia web pueda hacer nada. Personalmente me parece positivo, de hecho **es la esencia de la Web 2.0, crear comunidad y opinión en torno a un tema**.

Para poder crear una comunidad en una web o comentar en alguna ya creado es imprescindible descargarte la barra de tareas de Gluly y por el momento la participación és sólo por invitación que puedes solicitar desde la web de Gluly (yo ya lo he hecho y estoy a la espera de que me la envíen).

Para el usuario va a ser un servicio muy interesante porque permitirá saber opiniones sobre esa empresa o marca y con ello evitar fraudes online o comprar servicios de baja calidad.

Por otro lado creo que también **es positivo para las empresas ya que con ello abren un nuevo canal de comunicación y podrán conocer mejor a sus clientes**, pero como comentaba antes sin alterar los comentarios. Además permite integrarlo con las cuentas de Twitter y Facebook.

La aparición de herramientas de este tipo y la tendencia a que cada día Internet sea más 2.0 obliga a las empresas a tener presencia en Redes Sociales y a gestionar su reputación online y si no lo hacen probablemente tengan un serio problema de comunicación e interacción con sus usuarios.

Por el momento Gluly sólo está disponible para Firefox pero en pocas semanas estará ya en Explorer y Chrome.

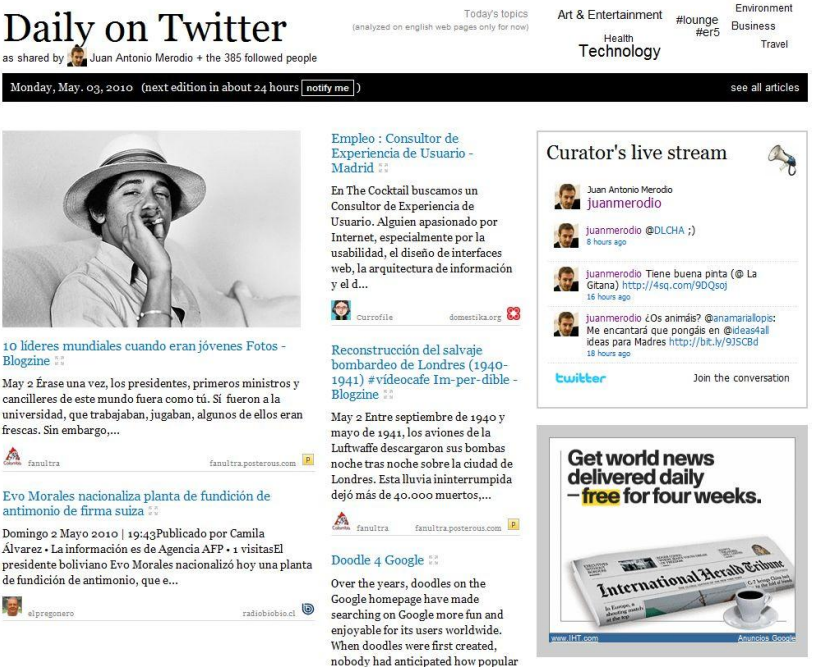
Organiza tu información de Twitter con Paper.li y convierte tu timeline en un periódico

Cada día ves que tu cuenta de Twitter crece y crece, conoces a más gente a la que seguir pero a la final se hace difícil leer nuestro timeline, por ello **te propongo usar Papel.li**, una nueva aplicación que dará una vuelta a tu timeline.

Paper.li es una aplicación que te crea automáticamente un periódico cada 24 horas donde te muestra tu timeline a modo de artículos y te permite categorizar para encontrar aquella información que más te interesa. Además destaca las imágenes y videos para que puedas verlos directamente.

Crearlo es muy sencillo, tan sólo tienes que entrar en Paper.li y en la parte superior izquierda hacer click en “Create your own daily paper” y marcar usar con la cuenta de Twitter (también te permite hacerlo con Facebook). Ahora continua los pasos que te va indicando y en unso segundos tendrás creado el periódico de tu timeline que podrás consultar a diario.

Aquí podéis ver mi diario en Twitter cómo quedaría y si queréis verlo online podéis hacerlo desde *http://paper.li/juanmerodio*

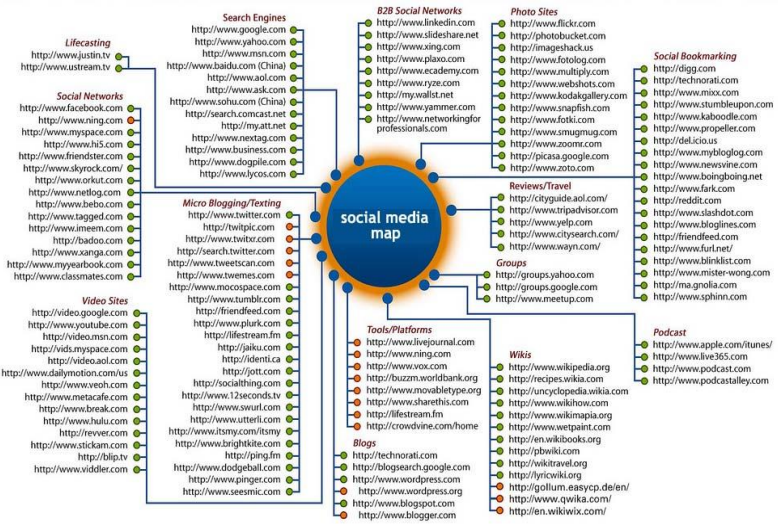


Personalmente me parece una aplicación muy interesante y realmente práctica para consultar nuestro timeline sin volvernos locos.

El mapa ideal para desarrollar una estrategia de Social Media

Siguiendo la premisa de una imagen vale más que mil palabras, queda perfectamente cumplida en este post con la imagen que os voy a presentar.

Se trata de **un mapa de las redes sociales más importantes a tener en cuenta a la hora de realizar una estrategia de Social Media**. Aparecen distribuidas por categorías como motores de búsqueda, microblogging, sites de video y fotos, wikis, blogs, podcasts, agregadores de noticias….



Ya está disponible Remarketing, una nueva funcionalidad para Google Adwords

¿Usas Google Adwords? ¿Has pensado como recuperar a aquel cliente que al final no convirtió en tu web? Si has contestado sí a algunas de estas preguntas entonces te va a interesar **conocer qué es Google Remarketing** (por el momento en España está en versión Beta).

Se trata de una nueva funcionalidad para las campañas de Google Adwords y mediante la cual si un visitante no ha realizado el objetivo que querías en tu web (por ejemplo, completar un formulario) y se va a otras webs, podemos hacer que vuelva a la nuestra mostrándoles anuncios sobre nuestro producto, o dicho de otra forma, **se podrán orientar los anuncios de Adwords a los usuarios en función de sus anteriores interacciones con tu sitio web**.

¿Cómo funciona Remarketing?

Es tan sencillo como añadir un pequeño código en aquellas páginas de tu web que quieres fomentar y de las que quieras que se muestren anuncios en otras webs a usuarios que mostraron interés por tu producto, así como por productos relacionados.

Está claro que **está nueva funcionalidad bien utilizada traerá muchos beneficios sobre todo para empresas que venden productos/servicios online**, por ejemplo, imáginate que vendes noches de hotel en Valencia y tus anuncios se muestran en páginas de información sobre turismo en Valencia, el contenido es muy relevante por lo que es muy probable que a un alto % de visitantes les interese tu producto, phagan click en tu anuncio y acaben finalizando una compra.

Video en *http://www.youtube.com/watch?v=ZmusXoLqXbk*

GNOSS se convierte en la alternativa gratuita a las comunidades en Ning

Después del comunicado por parte de Ning de que **va a retirar todas las comunidades gratuitas**, muchas empresas han visto peligrar su comunidad y no saben bien cómo reaccionar.

No hay por qué preocuparse, os presento GNOOS , una plataforma de comunidades online que si tendrá una modalidad gratuita aunque habrá otras de pago con más funcionalidades.

Por el momento están en fase de pruebas pero en las próximas semanas estará 100% operativa.

Entra las ventajas que tiene GNOSS sobre Ning me gustaría destacar la que para mí es fundamental y es que **va a contar con una aplicación que permita importar el contenido de las comunidades Ning a GNOSS**, por lo que nos podemos quedar tranquilos en que no perderemos todo esa información que se ha generado durante la vida de nuestra red social en Ning.

A pesar de esta nueva plataforma, yo siempre recomiendo realizar comunidades personalizadas y fuera de estos entornos. El porque es muy sencillo, y es que **nunca nuestro negocio o**

parte de él debe depender de un tercero, ya que si éste se cae nos arrastrará a nosotros.

La mejor solución si quieres montar una comunidad online es que recurras a una empresa experta en el desarrollo de comunidades y te diseñen una plataforma completamente a la medida de tu negocio.

Qué nos trae de nuevo Facebook

La todopoderosa red social Facebook sigue presentándonos novedades con el fin de facilitarnos la gestión de su red día a día. Llegan nuevas API, herramientas, novedades que os ayudarán mejorar la presencia de vuestro negocio en Facebook y que os voy a ir contando:

Facebook Toolbar

La vida de los widgets para tener presencia en otros sites pasará a mejor vida con la incorporación de la Facebook Toolbar que maximizará su presencia

Geolocalización

Estábamos a la espera de que Facebook nos ubique geográficamente y ya ha llegado el momento. Esta nueva funcionalidad nos permitirá llegart a aquellos usuarios por una ubicación concreta

Facebook Credits

Uuna pasarela de pago para Facebook? Con esta nueva opción se abren nuevas vías para que nuestros clientes nos compren directamente.

Facebook Insights

Te ayudará a conocer más en profundidad a tus fans y seguidores.

Community Pages

Las Community Pages son páginas no oficiales de personajes públicos, marcas o empresas.

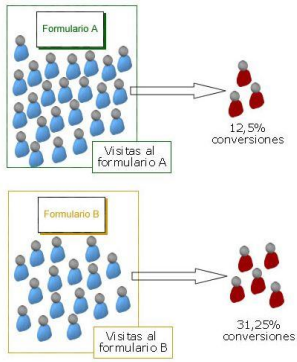
Por el momento estas son algunas de las mejoras más destacadas que Facebook trae consigo pero os seguiré informando de novedades.

Follow Finder, una herramienta que te ayuda a encontrar perfiles de tu interés en Twitter

Google, dentro de su laboratorio de proyectos en pruebas, nos presenta **Follow Finder**, una **nueva aplicación que nos ayuda a encontrar perfiles de twitter que nos pueden ser de interés**.

Para usarlo tan sólo tienes que acceder a Follow Finder, introducir tu nombre de usuario en Twitter (o el de la persona de la cual quieras encontrar posibles compatibilidades) y automáticamente y en función del análisis de tus seguidores y personas a las que sigues buscará nuevos perfiles a los que por compatibilidad te pueda ser interesante seguir.

Cómo mejorar la conversión de un formulario de contacto



Prácticamente todas las webs tiene algún objetivo que acaba cuando se completa un formulario de contacto, ya sea porque vendemos un producto o porque ofrecemos unos servicios y el cliente completa el formulario para solicitar más información.

Es muy importante poder medir el ratio de conversión de los usuarios que acaban completando ese formulario y para ello podemos usar Google Analytics.

El objetivo y situación ideal es que el 100% de los usuarios que lleguen a ese formulario lo completen y lo envíen, pero como sería una situación irreal debemos trabajar porque el ratio sea lo más elevado posible lo que mejorará nuestro ROI.

Cómo empezar a mejorar la conversión

El primer paso es conocer la situación actual, ¿sabes que % de usuarios que llegan a tu formulario lo acaban completando y cuántos se van sin hacerlo? si no lo sabes es el primer dato que debes conocer para poder seguir adelante.

Una vez conoces este dato, debemos detectar el por qué el resto de usuarios no lo completan. Por ejemplo, si tomamos como dato que el 6% de los usuarios que llegan al formulario lo completan es que el 94% no lo hacen por algún motivo y debemos saber el porque.

Para detector posibles errores debemos ir haciendo cambios y probando si esos cambios mejoran el ratio de conversión. En muchas ocasiones cosas tan simples como poner el formulario más arriba, poner bien la tabulación de los campos, indicar qué campos son obligatorios… pueden mejorar increiblemente los ratios de conversión y por lo tanto los beneficios de la empresa.

Debes tener en cuenta también que cuantos más campos tenga un formulario menor será el ratio de conversión, así que revisa tus formularios de contacto para asegurarte que la información que solicitas es la estrictamente necesaria y todo lo que sobre debes eliminarlo.

Qué herramientas usar para medir las conversiones

Por una lado y **como herramienta gratuita puedes usar el embudo de Google Analytics** e ir poniendote objetivos pequeños y alcanzables en la mejora de los ratios.

Otra herramienta muy interesante aunque es de pago es Clicktale, donde podrás ver con detalle estadísticas sobre el proceso de compra o de completar un formulario. Aunque es de pago tienen ofertas gratuitas por tiempo limitado para que puedas probarlas.

Qué son las Community Pages de Facebook

Desde el 1 de abril **Facebook ha puesto en marcha un nuevo formato de página denominada Community Page** (página de comunidad) que está pensada para ser la página No Oficial de las marcas/empresas.

Ahora ya son cuatro las formatos que podemos crear en Facebook:

- Perfil: para personas
- Páginas de fans: para marcas y empresas
- Grupos: para hablar sobre un tema
- Community Page: para crear la página no oficial de una marca o empresa

Según las propias palabras del personal de Facebook acerca de las Community Pages: *"Estas nuevas páginas dan a los usuarios la oportunidad de expresar su entusiasmo y creatividad, mientras se permite que las páginas oficiales sigan representando entidades oficiales como Empresas, grupos de música o personajes públicos."*

Otra novedad sobre este nuevo formato es que **si consigues atraer a miles de fans, la propia comunidad de Facebook será la encargada de mantenerla**, pero ¿qué significa esto? Todavía no está muy bien definido pero me plantea la duda de si entonces en algún momento nos retiran el control de las Community Pages. Por lo demás el funcionamient es similar al de una Fan Page.

¿Quieres crear tu propia Community Page?

Ya puedes acceder a la página de Facebook *http://www.facebook.com/pages/create.php* y crearla al igual que crear un grupo o página de fans. Lo que si he podido observar es que **cuando vas a crear alguna community page de una marca en especial como puede ser Mango, no te lo permite y te da el error**:

"Nuestro sistema automatizado no aprueba el nombre "mango" porque contiene una palabra o frase que está bloqueada para

prevenir la creación de Páginas no oficiales o prohibidas. Si crees que esto es un error, por favor contacta con nuestro Equipo de atención al cliente"

Viendo esto, ¿entonces qué sentido tienen las Community Page si nos bloquean la creación de algunas marcas?¿**Será que algunas marcas han pagado a Facebook para evitar que se creen nuevas páginas donde se hable de su marca sin control?**

Cómo quitar de los SERP la personalización de los resultados

De la mano de @francophile he aprendido a evitar **la visualización de la personalización en los resultados de búsqueda (SERP) de Google**, algo especialmente útil para todos los SEO.

Sabemos que cada vez Google muestra resultados más relevantes para el usuario en función de ubicación, gustos, clicks….. por lo que cuando estamos trabajando en un proyecto SEO los resultados que veamos nosotros pueden no ser reales, lo que nos plantea un problema de consecución de objetivos.

Pues bien, ahora **ya puedes evitar esa personalización de resultados con tan sólo añadir al final de la url de la búsqueda "&pws=0" (sin comillas)**, y automaticamente desaparecerá cualquier personalización de los resultados.

Te invito a probarlo y verás cómo cambian los SERP.

Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia

Cuando creas tus perfiles en redes sociales para que tu negocio empiece a tener presencia debes **definir qué parámetros vas a establecer como sistema de medición** para poder valorar si el trabajo que estás realizando está siendo exitoso o por el contrario tienes que cambiar tu estrategia.

Lo primero de todo es tener claro los objetivos que queremos conseguir con nuestra presencia en redes sociales para luego definir las métricas que vamos a monitorizar. Aparte de esto puedas también medir el ROI de tus acciones Social Media para valorar si además está siendo rentable económicamente.

¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?

Como comentaba dependerá de los objetivos de cada estrategia, pero a modo de referencia vamos a ver algunas de ellas.

Tráfico Web

En toda estrategia de Social Media es casi imprescindible (por no decir imprescindible) crear un blog que se actualice a diario con contenido interesante para nuestros usuarios. Este blog podemos integrarlo con redes sociales para que por ejemplo desde el mismo post los visitantes puedan hacer un "retuit" de Twitter o compartirlo con sus amigos de Facebook.

En el caso del blog debemos entonces medir valores como visitantes únicos, páginas vistas, tiempo de permanencia, tasa de rebote pero recuerda siempre haciendo un filtro desde las visitas que llegan por redes sociales. Si usas Google Analytics en "Fuentes de tráfico" puedes hacer un filtrado y ver cuántas visitas te llegan desde ellas:

	Fuente	Ninguna	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
1.	facebook.com		348	1,73	00:02:28	45,98%	65,52%
2.	twitter.com		132	1,63	00:01:27	58,33%	69,70%

Número de Fans o Seguidores

Aunque a primera vista es uno de los datos que se utilizan como sistema de medición de resultados, no es del todo acertado ya que conseguir mucho fans en Facebook o seguidores en Twitter es fácil y no es sinónimo de éxito. Recuerda que **lo importante es la segmentación y llegar al**

público adecuado, es preferible tener 300 fans que realmente estén interesados en tu producto e interactuen que 1.000 que se han apuntado porque si y no interactuan ni aportan valor.

Nivel de Participación

En la línea que comentaba de tener fans o seguidores realmente interesados en tus productos es donde está la clave del éxito, y **parte de ese éxito se mide en el nivel de participación e interacción de los usuarios**.

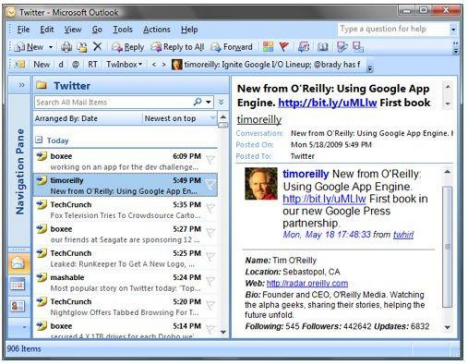
Es importante ver nuestros seguidores se comunican con nosotros, establecen conversaciones paralelas entre ellos, comparten y reenvían nuestras aportaciones y contenidos….. Un perfil activo y dinámico crea comunidad y una imagen positiva para la empresa.

¿Es interesante nuestro contenido?

La mejor manera de saberlo además de realizando alguna encuesta puntual, es fijándonos en **cómo interactuan nuestro usarios con lo que publicamos**. Tenemos que ver si "retuitean", comparten la información con sus amigos, escriben un post en su blog sobre nuestro producto, incluyen nuestros enlaces en agregadores de noticias como menéame…

Si consigues que esto suceda **comprobarás que ya estás obteniendo un ROI positivo** del Social Media, ya que a nivel de inversión económica te ahorrás mucho dinero en envío de notas de prensa y publicidad pagada, y además la visibilidad de tu producto será por recomendación que es la mejor percibida por los clientes.

Ya puedes usar Twitter desde Outlook con TwInbox Twitter



Lo más práctico para nuestro trabajo de día a día es **conseguir centralizar todo lo que utilizamos en un solo sitio**, y cada vez con todas las herramientas nuevas que surgen se hace más difícil, pero si eres de los que usas Outlook como programa de correo , tienes ahí tus contactos, lo utilizas como agenda sincronizado con el iPhone ahora también **puedes usar Twitter con tu Outlook gracias a TwInbox**.

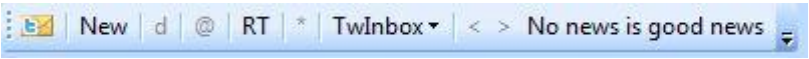
Esta aplicación **te permite recibir todos los tweets en la bandeja de entrada** o si lo prefieres puedes configurar una carpeta exclusiva para Twitter, por lo que conseguirás tener tu cuenta de Twitter en el mismo sitio que tu correo.

¿Cómo instalar TwInbox Twitter?

Lo primero debes comprobar que la versión de Outlook que tienes es la 2003 ó 2007 (son la mayoría) y si es así puedes seguir adelante con el proceso de instalación.

A continuación debes descargarte TwInbox y empezará el típico proceso de instalación donde debes darle a continuar. Es importante que para instalarlo tengas cerrado Outlook, si se te olvida no te preocupes porque durante la instalación te lo avisará antes de poder continuar.

Una vez finalizado el proceso de instalación, arranca Outlook y verás que en la parte superior junto debajo de la barra de tareas aparecen unos nuevos botones de TwInbox.



Lo siguiente que debes hacer es click en “New” y desde ahí podrás configurar tu cuenta de Twitter y elegir dónde quieres que se almacenen los Tweets, ¡así de sencillo!

Ahora ya puedes disfrutar de tu cuenta Twitter dentro de tu programa de email.

La importancia de la velocidad de carga de una web en el SEO

¿Habéis comprobado la velocidad de vuestras webs? Si no lo habéis hecho ya es hora de hacerlo ya que **influye en el ranking de posiciones en el buscador**, y es que la importancia de que un cliente pueda ver nuestra web en el menor tiempo posible cada día es mayor.

Esta información es importante y la debemos tener en cuenta ya que ha sido el propio Google quien lo ha afirmado, una web más rápida produce visitantes más contentos.

¿Cómo puedo saber la velocidad de carga de mi web?

Existen varias aplicaciones que lo hacen como por ejemplo desde Herramientas para Webmasters de Google puedes verlo, tan sólo tienes que acceder a tu cuenta y dentro del menú "Labs" hacer click en "Rendimiento del sitio" y podrás ver la velocidad de carga de tu web en el tiempo, incluso te dará sugerencias para mejorarlo.

Otra herramienta interesante y gratuita es YahooYSlow y que te puedes descargar fácimente.

Sea cual sea **no te olvides de comprobar la velocidad de carga de tu web**, y recuerda que cuanto menos tiempo tarde mucho mejor. Entre los factores que afectan al tiempo de carga de una web están cómo está programada la web, el tipo de servidor/hosting o cómo se introducen las imágenes (hay que optimizarlas previamente).

Twitter continúa creciendo en España

El crecimiento de Twitter es imparable desde su creación, llegando incluso a crearse servicios similares de microblogging en nuestro país como Picotea.

Desde el punto de vista de la comunicación Twitter es una excelente herramienta que gracias a sus múltiples aplicaciones está revolucionando la manera de comunicarnos con nuestros clientes y ya **se está usando por algunas empresas también como canal de comunicación interno del personal**.

Hasta el pasado mes de noviembre de 2009, Twitter estaba únicamente en inglés y cuando se presentó la versión española y según los propios datos facilitados por la empresa, el crecimiento de usuarios de habla hispana fue del 50% en pocos días.

Twitter en EEUU es ya toda una institución pero ahora también está empezando a serlo en otros países tal y como podemos observar en su crecimiento internacional según el siguiente gráfico:

A la vista de estos datos podemos pensar que en los próximos 3 años Twitter cambiará totalmente la forma de comunicarnos y serán pocas las empresas que no lo usen.

Me gustaría abrir un debate al respecto ¿Crees que esto será así y que Twitter se convertirá en un canal generalizado de comunicación para las empresas?

Facilita que te sigan en redes sociales con SocialFollow

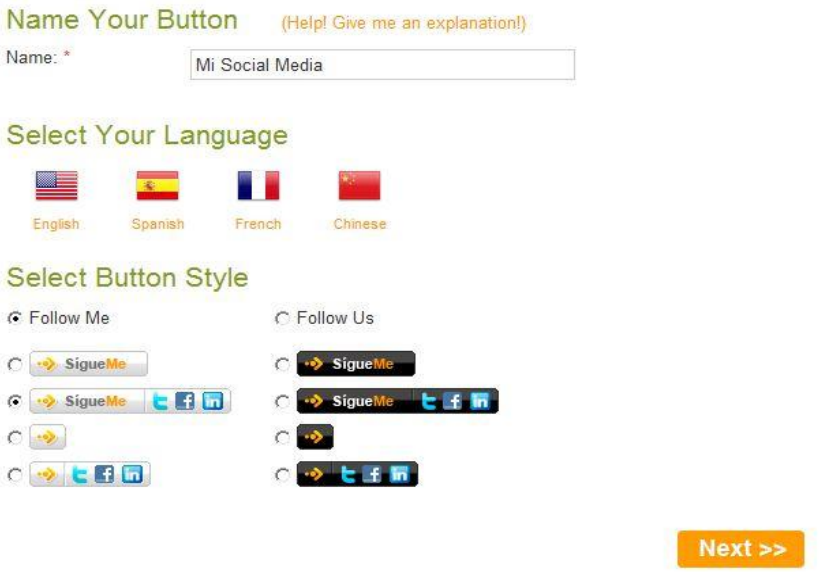
Cada día son más las redes sociales en las que tenemos perfiles y si manejamos un blog personal o de negocio y queremos que nos sigan tenemos que poner una gran cantidad de iconos de cada red social.

Ahora eso ya se ha acabado gracias a SocialFollow con el que **podrás crear un botón que centralice todos tus perfiles de redes sociales**, de tal manera que facilitarás a tus visitantes elegir por qué canales te quieren seguir y además ahorrarás espacio en tu web.

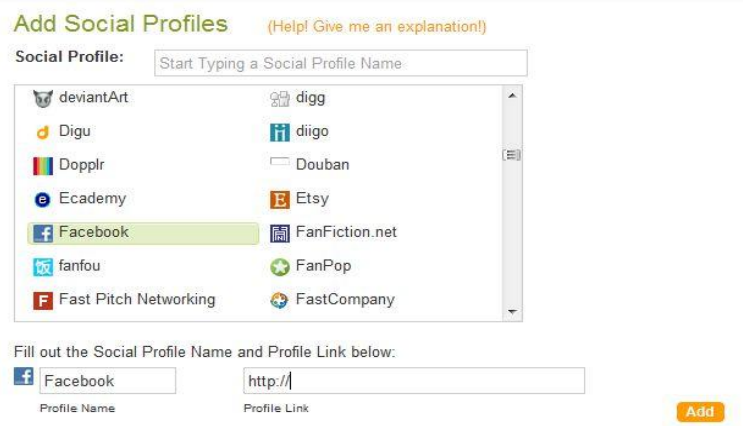
Para personalizar tu botón tan sólo tienes que darte de alta en una cuenta gratuita desde *www.socialfollow.com/register.php* y seguir los siguientes pasos una vez confirmada la cuenta:

1º Te logueas y en el panel de control haces click en "Create Button"

2º En la siguiente pantalla debes poner un nombre a tu botón, seleccionar el idioma y elegir el estilo del botón que quieres poner

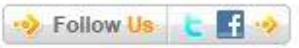


3º En el siguiente paso puedes seleccionar entre cientos de redes sociales y elegir aquellas que quieres incluir en el botón e indicar en cada una la url de tu perfil para conectarlo:



4º En el siguiente paso la puedes dar a “crear botón” y te aparecerá un muestra de cómo queda y un código que tienes que pegar en tu web para colocar el botón.

Si usas Wordpress la instalación se simplifica porque puedes bajarte un plugin que te instala el botón de manera automática.



Con estos simples pasos **podrás tener todos tus perfiles en redes sociales centralizados en un solo botón**.

Cómo mejorar la indexación de las imágenes de tu web para conseguir más tráfico

En las web muchas veces nos dedicamos a optimizar el contenido, mejorar la usabilidad y olvidamos que las imágenes son una excelente fuente de tráfico web que cada día crece en número de búsquedas en buscadores como Google.

Sabiendo esto, es importante entonces decirle al Sr. Google cuáles son y dónde están nuestras imágenes para que las pueda indexar mejor y mostrar en mejores posición en los resultados de búsquedas.

Para hacer esto vamos a utilizar el sitemap, que para quien no lo sepa **es un archivo en formato .xml que contiene información de todas las url´s de tu web** y que se utiliza para decirle a Google cuáles son las nuevas páginas de nuestra web y mejorar la velocidad de indexación.

Si usas Wordpress, en el siguiente video puedes ver cómo crear un sitemap genérico para tu web: *http://www.youtube.com/watch?v=7VwfssNTvk8*

El sitemap genérico sólo contiene información sobre cada página de tu web y ahora lo que debemos hacer es retocarlo

para que además muestre información de las imágenes de cada página.

¿Cómo añadir la descripción de las imágenes en el sitemap?

Este proceso para poderlo realizar necesitas tener conocimientos de programación o sino recurrir a un programador externo o el informático de tu empresa, pero te adelanto que con estos conocimientos no es complicado hacerlo.

La modificación consistirá en agregar a cada URL en el sitemap, la información adicional sobre cada imagen de esa url y puedes llegar a incluir hasta 1.000 imágenes por página.

En el siguiente ejemplo muestro una entrada para el sitemap de la url http://example.com/sample.html que contiene dos imágenes:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
 <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:image="http://www.google.com/schemas/sitemap-image/1.1">
 <url>
   <loc>http://example.com/sample.html</loc>
   <image:image>
     <image:loc>http://example.com/image.jpg</image:loc>
   </image:image>
   <image:image>
     <image:loc>http://example.com/photo.jpg</image:loc>
   </image:image>
 </url>
</urlset>
```

Este ejemplo se puede tomar como referencia para modificar el sitemap de tu web. Además te detallo en el siguiente cuadro la **información de cada tag para las imágenes**:

Tag	Required	Description
<image:image>	Yes	Encloses all information about a single image. Each URL (<loc> tag) can include up to 1,000 <image:image> tags.
<image:loc>	Yes	The URL of the image.
<image:caption>	Optional	The caption of the image.
<image:geo_location>	Optional	The geographic location of the image. For example, <image:geo_location>Limerick, Ireland</image:geo_location>.
<image:title>	Optional	The title of the image.
<image:license>	Optional	A URL to the license of the image.

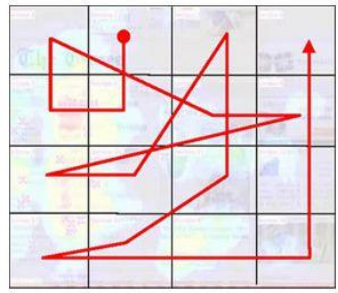
Realizar este cambio es muy importante si tienes una web con imágenes ya que como comenté al principio te ayudará a incrementar el tráfico de visitas a tu web a través de los buscadores de imágenes.

Eyetracking, conoce cómo mira el usuario tu web para destacar lo que te interese

Cuando se planifica el diseño de una web hay que estudiar más aspectos además de que el diseño sea agradable y atractivo, y uno de ellos es el movimiento ocular que hace el visitante cuando entra en una web.

Es importante conocer cómo mira el usuario nuestra web para saber dónde tenemos que colocar aquello que más nos interesa destacar.

A continuación muestro una gráfica sacada de un estudio de eyetracking que nos enseña cómo miran generalmente los usuarios las webs:



En la gráfica de la izquierda han clasificado tres prioridades para una página web:

- Zona de mayor visibilidad (Roja) – está situada en la parte superior izquierda de la web, razón por la cual normalmente se coloca ahí en logo de la empresa
- Zona de visibilidad media (Amarilla) – se ubica en la parte central de la pantalla llegando a cubrir todo el ancho de la misma.
- Zona de visibilidad baja (verde) – se localiza en la parte inferior y en un pequeño trozo de la superior derecha.

En la gráfica de la derecha podemos ver el movimiento completo que realiza en ojo humano cuando

“rastrea/escanea” una web comenzando por el punto rojo y acabando en la zona superior derecha.

Ya sabiendo estos datos puedes analizar si los distintos elementos de tu web están ubicado correctamente según tus objetivos y de no ser así podrás revisarlo y reubicar los elementos con lo que conseguiras un mejora de las conversiones y consecución de los objetivos que te hayas planteado.

Pero si lo que quieres es realizar un estudio personalizado de eyetracking de tu web existen herramientas que te permiten hacerlo entre las que menciono Eyetools.

Aplicaciones Imprescindibles para la Página de Fans de Facebook de tu Negocio

Como ya he comentado en anteriores ocasiones es importante para cualquier negocio estar presente en las redes sociales y mover estos canales como una nueva herramienta de comunicación con los clientes.

En este post nos vamos a centrar en la página de fans de Facebook y en algunas aplicaciones que mejorarán la calidad de tu perfil de negocio en Facebook.

Es importante mencionar que los perfiles sociales son modulares, es decir, permiten ir añadiendo aplicaciones poco a poco para ir mejorando la experiencia del usuario y además la mayor parte de ellas pueden ser instaladas de una manera muy sencilla sin necesidad de conocimientos técnicos.

En Facebook hay gran cantidad de aplicaciones de ocio como juegos, encuestas…. pero son pocas las que existen todavía para los negocios, aunque si hay algunas que en cuanto las conozcas no dudarás en montarlas en tu Fan Page de Facebook.

Static FBML

Esta aplicación es especialmente útil puesto que te permite añadir en tu perfil de la página de fans código HTML, con lo que podrás incluir información tanto en texto como imágenes maquetada y prepara a tu manera.

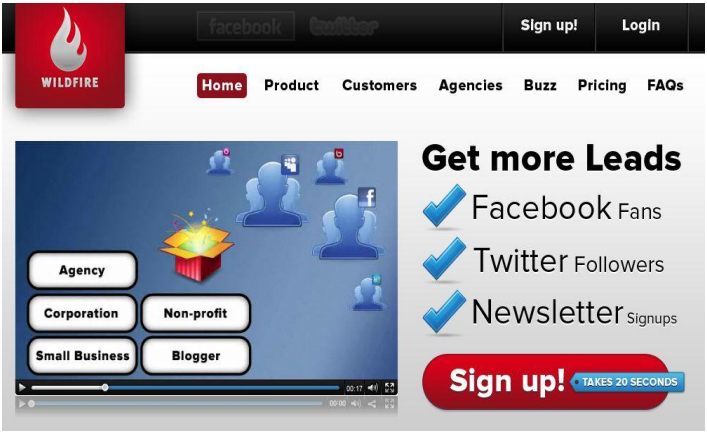
Para poder interactuar con ella tan sólo tienes que agregar la aplicación en tu página de fans y podrás añadir cajetines o nuevas pestañas con la información que más te interese como enlaces a tus blogs, banners…

Promotions

Esta aplicación nos permitirá crear fácilmente en nuestra página de fans, concursos y sorteos de tal manera que genere viralidad y poder de compartir entre los usuarios.

Se trata de una aplicación muy dinámica y para poder utilizarla además de agragarla en tu páginas de fans debes crearte una cuenta en *www.wildfireapp.com*.

Comentar que esta aplicación es de pago y cuenta con planes que van desde los 0,99$ por día más 5$ por creación de campaña, por lo que podemos usarla con costes bastante asumibles.



YouTube Channel

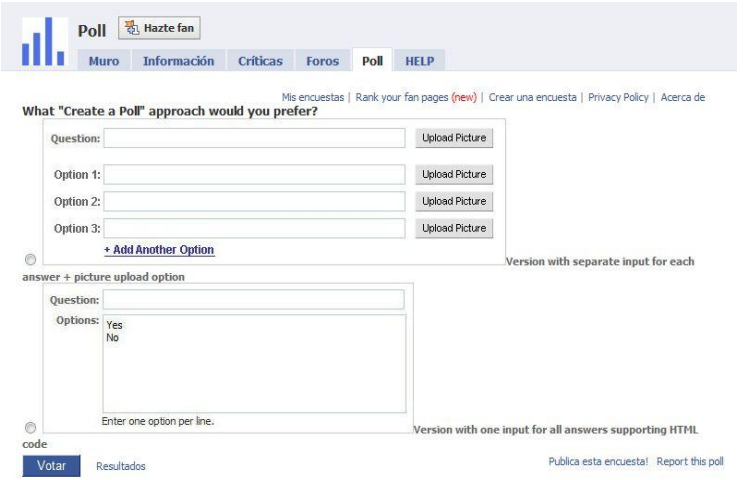
Esta aplicación te permitirá mostrar en la página de fans tu canal de YouTube e integrar directamente y de manera automática los videos que vayas añadiendo.

Con esta aplicación podrás complementar tu estrategia de Social Media ofreciendo a tus visitantes la posibilidad de visualizar todos tus videos sin necesidad de salir de Facebook.

Poll

Con está aplicación podrás montar tu mismo una encuesta en la página de fans con el fin de obtener el feedback de los usuarios.

Esta aplicación es muy sencilla de utilizar y totalmente gratuita, tan sólo tienes que agregarla y podrás comenzar a configurar las encuestas que necesites con la frecuencia que quieras.



Como podeis ver con estas aplicaciones podréis mejorar fácilmente la calidad de vuestra página de fans y hacer que los usuarios tengan más información que consultar y puedan interactuar con vuestro negocio.

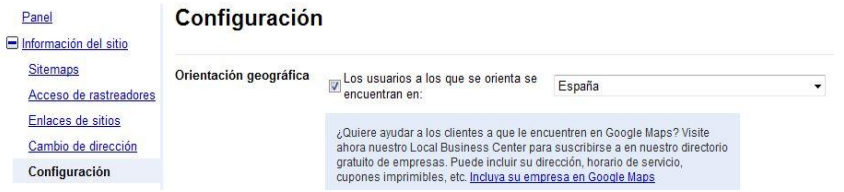
Ayuda a Google a geoposicionar tu sitio web

La geolocalización cada día adquiere más importancia para Google con el fin de poder mostrar resultados más relevantes a los usuarios, y estos resultados pueden ser diferentes en función de la localización desde donde se realice la búsqueda.

Para que Google localice nuestra web correctamente en el mapa y sepa a qué público nos dirigimos debemos tener en cuenta factores como el que comenté hace unos días de tener el servidor en el mismo país al que nos dirigimos , pero otro factor también muy importante es indicarle a Google á qué público nos dirigimos y para ello recurriremos a Herramientas para Webmasters.

Cómo establecer una orientación geográfica con Herramientas para Webmasters

En primer lugar debes acceder a tu cuenta Herramientas para Webmasters y en el menú “Información del sitio” entrar en “Configuración”. Una vez dentro veras la opción de “Orientación geográfica”, y ahí es donde debes indicar el país a donde se dirige tu sitio web.



Esta acción es imprescindible realizarla y especialmente para dominios genéricos como .com o .org, ya que te ayudará a mejorar el número de visitas que te llegan desde Google.

Y para que tengas más información sobre este tema te invito a ver este video de una analista de Google llamada Susan Moskwa que nos habla sobre cómo utilizar esta herramienta para establecer una orientación geográfica.

http://www.youtube.com/watch?v=r9r3PaygaZM

Usa el servicio Pingdom para saber si tu web deja de funcionar

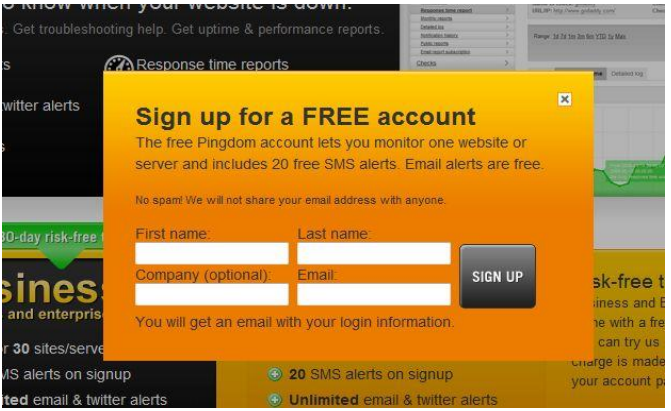
El servidor es una de las partes más importantes de una web ya que de él depende que nuestra web está funcionando constantemente, pero aún así son muchos los motivos que pueden llevar a una caída de servidor y para evitar que nuestra web está sin funcionar tenemos que monitorizarla en tiempo real con un programa que nos avisa de inmediato si el servidor deja de funcionar.

Entre todos los programas que conozco el que mejor funciona sin lugar a dudas y cuyo servicio básico es gratuito es Pingdom.

La cuenta básica te permite monitorizar 1 web y recibir avisos a tiempo de real vía email y hasta 20 alertas vía SMS. Si necesitas monitorizar más webs puedes contratar planes desde 9,95$/mes que incluyen avisos por SMS, email y Twitter.

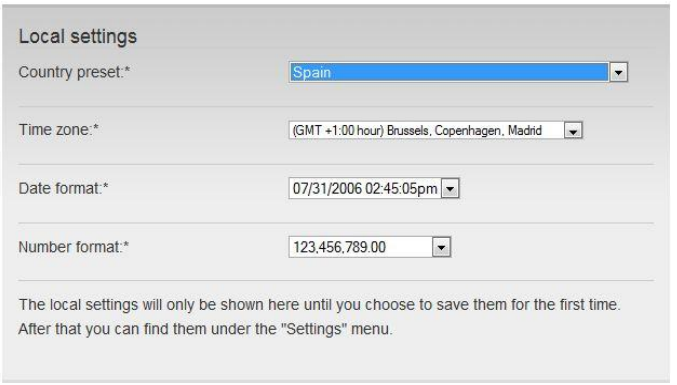
Cómo configurar tu cuenta gratuita Pingdom

Vamos a centrarnos en configurar la cuenta básica para nuestra web y para ello en primer lugar debemos crear una cuenta “Free Account” completando los datos que nos solicita.



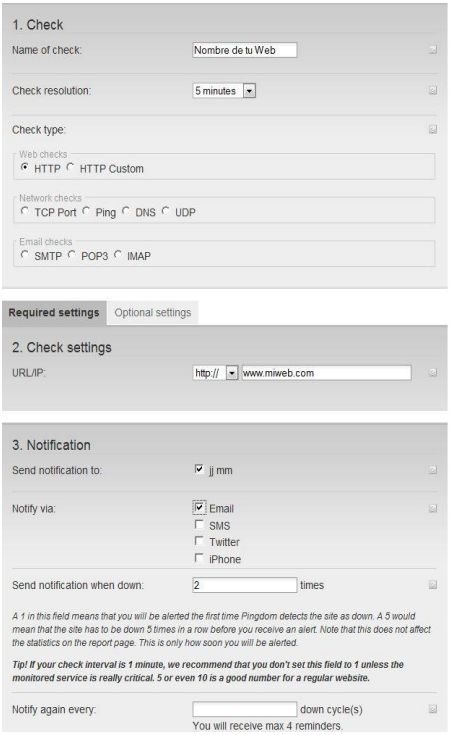
Una vez hecho nos llegará un email con los datos de acceso a nuestra cuenta y ya podremos comenzar a activar el servicio.

En primer lugar configuraremos datos locales como país, hora, formato… y haremos click en “Save Changes”



A continuación comenzaremos a configurar el panel de control con la web que queremos monitorizar, para lo que debemos

hacer click en “Add new check (1 left)” y completar los campos que nos solicitan de la siguiente forma:



Con estos datos completados vamos a realizar un test para comprobar que todo está ok para lo que hacemos click en el botón “Test Check” y si pasados unos segundo nos da el ok ya podemos confirmar la cuenta en “Add Check”.

Con esto ya tendrás tu web monitorizada y cada vez que sufra una caída de servidor te llegará un email en el mismo momento avisándote que la web se encuentra sin funcionar por problemas de servidor y así poder actuar inmediatamente y ponerte en contacto con el soporte técnico de tu hosting.

¡Prueba ya este nuevo servicio gratuito! y si te surge cualquier duda deja un comentario y te contestaré lo antes posible.

Escoge el servidor para tu web que mejor se adapte a tu negocio – Servidores Cloud

¿Te has planteado alguna vez si el servidor que tienes para tu web es el más adecuado? Si no lo has hecho quizá es el momento, ya que puedes estar pagando de más por unos servicios que realmente no utilizas.

Seguro que cuando vas a contratar un servidor o un plan de hosting te vuelves loco con toda la información que dan sobre cada uno y a la final coges el que te recomiendan, pero en muchos casos la recomendación para cubrirse en salud es coger un servidor más potente de lo que necesitas por si acaso.

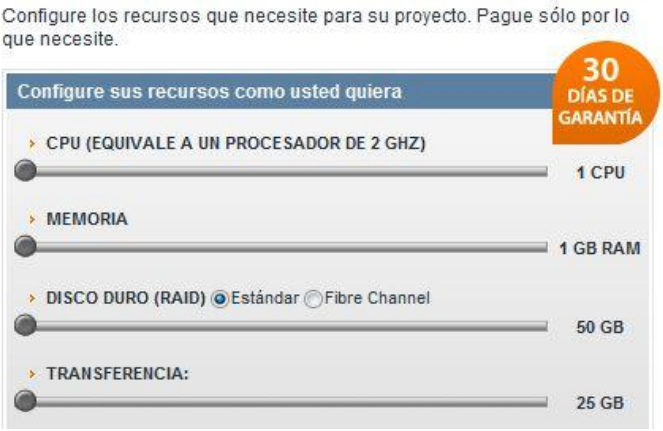
El problema es que este por si acaso nos cuesta un dinero al mes que podríamos ahorrárnoslo para reducir costes fijos o invertirlo en otra partida del negocio, entonces ¿por que pagar de más por lo que no estamos usando?

Para mis proyectos tanto en Grupo Ellas como Marketing Surfers tenemos varios servidores de distintos tipos, desde el típico plan de hosting baratito hasta servidores dedicados con precios más elevados, pero en las últimas semanas he estado probando los nuevos tipos de servidores flexibles llamados "**Servidor Cloud Flexible**" que a grandes rasgos **es como tener un servidor dedicado pero pagas sólo por lo que**

utilizas y sus recursos se pueden modificar fácilmente en tiempo real tanto para aumentarlos como para reducirlos ajustando los costes a nuestras necesidades reales.

La experiencia está siendo tan buena que estoy migrando de otros servidores al **Servidor Cloud porque me permite configurar a mi medida los recursos que necesito.**

Como ejemplo para explicarlo (no por hacerles publicidad) voy a hablar de los servidores Cloud de Arsys que te permiten configurar los parámetros básicos como CPU, Memoria RAM, Disco Duro y Transferencia, y puedes tener tu propio servidor desde 50 €/mes.



Lo bueno de este servidor es que **puedes alojar en él varias webs de tal manera que centralizas todo en un mismo sitio**

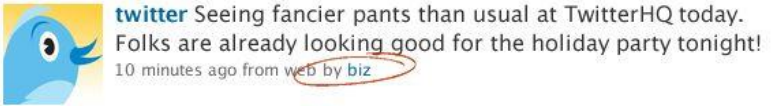
y si puntualmente necesitas por ejemplo más recursos de Transferencia durante un mes porque vas a realizar una fuerte campaña online, puedes ampliar este parámetro tú mismo y a tiempo real, pagar sólo por la ampliación de ese mes, y después reducir el recurso a la situación anterior sin necesidad de estar cambiando de servidor ni realizando migraciones.

Como os comento es una opinión personal que he sacado de conocer a lo largo de estos años distintos tipos de hosting y servidores sin haber encontrado hasta el momento ninguno que se adapte al 100% a lo que necesito, y con los Servidores Cloud mi sorpresa ha sido muy positiva, por lo que creo que **es el tipo de servidor ideal para las pequeñas y medianas empresas**.

Contributors te ayuda a gestionar tus cuentas corporativas de Twitter

Twitter lanza una **nueva herramienta para gestionar las cuentas corporativas** y es que hasta ahora manejar de manera eficaz una cuenta corporativa por varias personas era toda una locura.

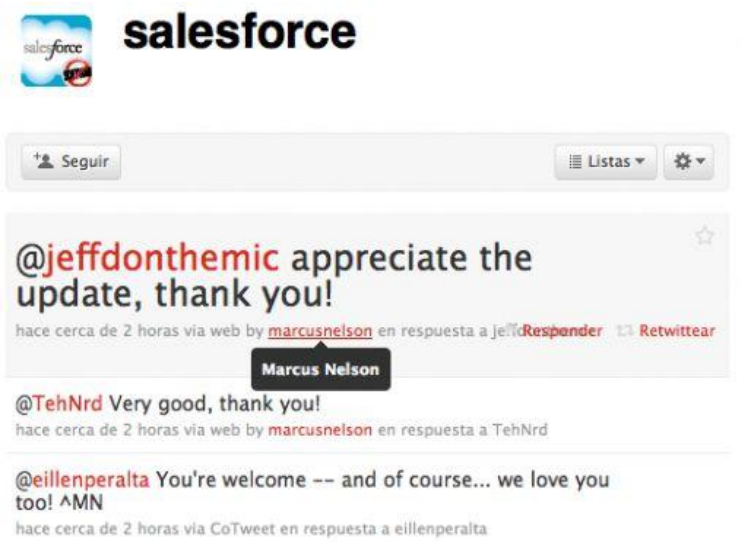
Se llama **Contributors** y ha estado en período de pruebas hasta ahora que se ha puesto en marcha. Básicamente **permite tuitear a varias personas desde una misma cuenta reflejando quien ha tuiteado cada cosa** y aparecería tal y como se muestra en esta imagen.



Esta herramienta **es muy útil para gestionar cuentas de negocio o empresas**, ya que normalmente son varias las personas que tuitean con ella y con Contributors podrán acceder a ella al mismo tiempo y aportar en el tweet el nombre de cada autor.

Aunque está empezando a extenderse el uso de esta nueva herramienta de Twitter, por el momento sabemos que la

empresa Salesforce ya la está usando tal y como muestra la siguiente imagen:



Esta es una herramienta que realmente nos va a traer muchas ventajas a todos los que nos dedicamos al Social Media.

Los Diferentes Niveles de Participación de los Usuarios en las Redes Sociales

Cada día hay más gente que se crea su perfil en una red social y cada una tiene su motivo, pero lo que sí es cierto es que hay varios niveles de participación, desde usuarios muy activos hasta los que son meros observadores, y en base a ello Forrester Research **clasifica a los usuarios de redes sociales en 6 niveles de participación**:

- Los **creadores de contenido**: publican web, blogs y otros contenidos sociales

- Los **críticos**: personas que comentan el contenido de los demás

- **Recopiladores**: los que utilizan RSS y etiquetan las páginas web

- **Activadores**: personas que participan activamente en las redes sociales

- **Espectadores**: consumidores de contenido

- **Inactivos**: tienen su perfil pero prácticamente no le hacen caso.

Estos seis perfiles han evolucionado en los últimos tres años, creciendo el número de usuarios activos y decreciendo el de los inactivos según los siguientes datos de participación:

- **Creadores**
  2007 – 13%
  2010 – 24%

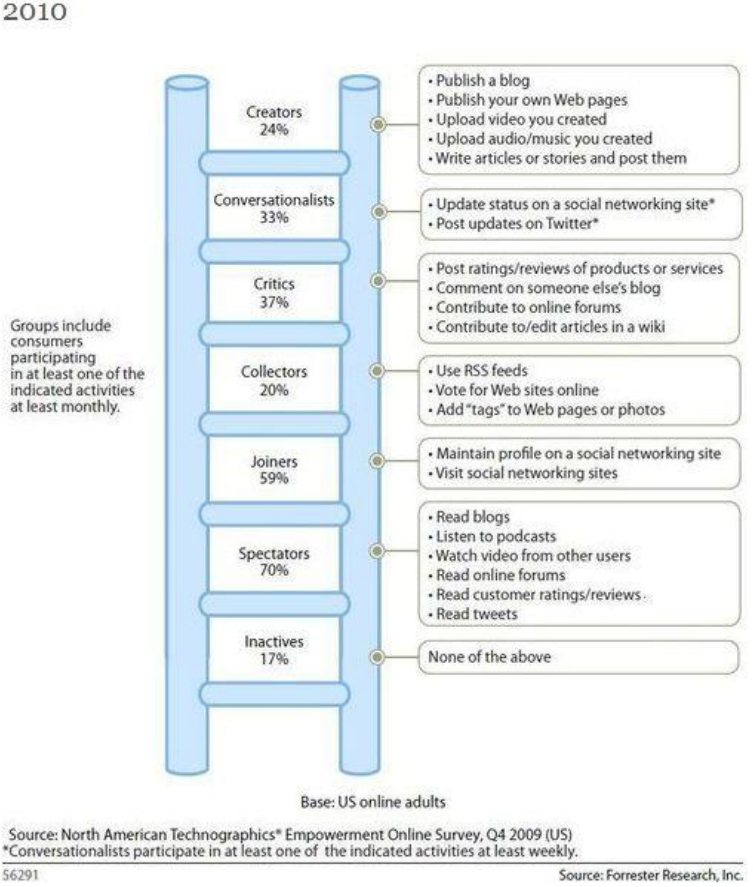
- **Críticos**
  2007 – 19%
  2010 – 37%

- **Recopiladores**
  2007 – 15%
  2010 – 20%

- **Activadores**
  2007 – 19%
  2010 – 59%

- **Espectadores**
  2007 – 33%
  2010 – 70%

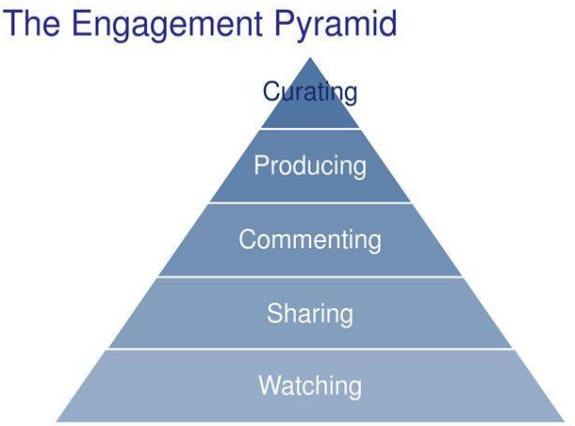
- **Inactivos**
  2007 – 52%
  2010 – 17%



Este estudio basado en datos de Estados Unidos crea un nuevo perfil llamado “Conversacionalista”, es decir, aquellos usuarios que actualizan sus estados en redes sociales y

postean frecuentemente en Twitter, y **este nuevo perfil engloba a 1 de cada 3 usuarios**.

Con estos datos podemos definir una estrategia de Social Media más real y adaptada a nuestros clientes y gracias a la Pirámide del Compromiso de Charlene Li entendemos mejor su comportamiento para llegar al éxito de nuestra campañas:



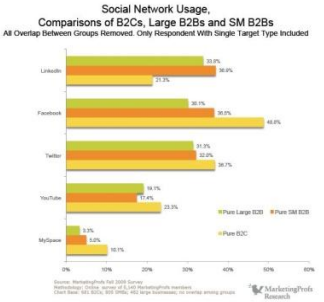
Es muy importante conocer cómo actua cada uno de estos perfiles dentro de las redes sociales, ya que **el éxito de la estrategia no depende únicamente de quien la diseña** sino que se necesita de la ayuda del resto de usuarios de la red, y definir cómo obtener esa ayuda y en qué momento es un factor crucial en el éxito en Social Media.

Facebook o Twitter para hacer Negocios

Tanto Facebook como Twitter son las **herramientas de comunicación 2.0 más usadas para negocios**, pero ¿sabes cuál de las dos es más efectiva? Vamos a intentar descubrirlo.

Gracias a mi colega Carlos Cabrera he conocido un estudio acerca de marketing en redes sociales titulado "The State of Social Media Marketing" que ha sido realizado por MarketingProfs y que habla sobre la evolución y datos sobre el uso de redes sociales desde el punto de vista de negocio.

Si nos fijamos en el siguiente gráfico vemos que la red social **Facebook es la más popular en términos de comunicación B2C** (Business to Consumer) seguida por Twitter, Youtube, Linkedin y Myspace



Muchas veces oimos hablar que el éxito de las redes sociales radica en tener muchos seguidores o fans, y de hecho vemos bastantes casos en los que la estrategia de Social Media está enfocada a "engordar" el nº de seguidores a toda costa sin importar la calidad.

Desde un punto de vista personal no estoy de acuerdo con este tipo de estrategias ya que soy de los que piensa que **la rentabilidad está en la segmentación** y que si conseguimos conectar con nuestro target objetivo conseguiremos mejores resultados a un menor coste.

Según el informe citado anteriormente **las técnicas más usada en Facebook por las empresas son actualizaciones de estado para atraer tráfico y hacer fans a sus clientes**, mientras que en Twitter se intenta generar ventas mediante enlaces en tweets y aumentar el tráfico con enlaces a la web que nos interesa.

¿Es esto correcto? Depende, y es que creo que **para tener éxito hay que diferenciarse del resto** y hacer algo diferente por raro que parezca, todo es cuestión de realizar pruebas e ir mejorando en función de los resultados obtenidos.

Lo que está claro es que las **Redes Sociales deben tratarse como canales de comunicación** y no como escaparates de

publicidad manejados por máquinas, es decir, de nada nos vale crear canales en Social Media y que por ejemplo el contenido que se muestre se automatice únicamente con nuestro canal RSS.

Es muy importante también tener en cuenta que son estrategias a medio-largo plazo y que siempre debemos pensar en el consumidor y lo que le gusta.

Resumiendo, aunque a día de hoy Facebook se usa más que Twitter como canal de comunicación de negocio, creo que es imprescindible integrar al mismo nivel a Twitter, ya que aunque en España todavía no está demasiado difundido entre el consumidor, en los próximos años si será así y si **con el mix de redes sociales conseguiremos comunicar más y mejor**.

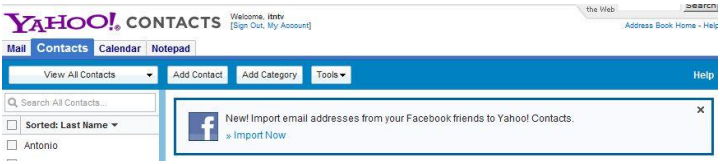
Aprende a crear una Base de Datos de emails con tus amigos de Facebook

¿Has pensado alguna vez en cómo **crear un listado de emails con todos tus amigos de Facebook** sin tener que hacerlo uno por uno? Gracias a Yahoo Mail puedes hacerlo.

Antes de nada quiero comentar que sólo voy a explicar el proceso de cómo extraer los emails de tus amigos de Facebook (no vale para páginas de fans) para crear una base de datos de posibles clientes, en lo que no voy a entrar es en temas de política de protección de datos ya que es un tema más complejo y que **recomiendo hablar con un profesional de la materia antes de proceder a realizar ningún tipo de campaña con esta base de datos**.

Dicho esto vamos a comenzar el proceso de obtención de emails, y para ello necesitas tener un email de Yahoo y si no lo tienes puedes crearte uno de manera gratuita.

Una vez que lo tienes entra en tu cuenta de Yahoo Mail y dirígete a la pestaña de “Contactos” donde verás la opción de importar los emails de Facebook.



A continuación tan sólo tienes que hacer click en “Importar ahora” y seleccionar en la siguiente pantalla a Facebook, aceptar el permiso del programa y comenzará el proceso de importación de emails que finalizará en unos minutos dependiendo de la cantidad de amigos que tengas.

Cuando finalice el proceso **puedes exportar todos los emails a un formato que te sea más cómodo como por ejemplo Outlook o un CSV** dirigiéndote al menú de herramientas y seleccionando “Exportar” y el formato que deseas.

Con esto ya tendrás creada tu base de datos de amigos de Facebook.

Para un mejor posicionamiento en buscadores, tu web debe estar en un servidor de tu país

Esta noticia no es nueva, pero sí lo es el hecho de que Matt Cutts, uno de los más importantes ingenieros de Google, comente que **sí es importante a nivel de Posicionamiento en Buscadores (SEO) la ubicación geográfica de tu hosting/servidor.**

Muchas webs para ahorrar en costes de servidor, los buscan en países donde son más baratos sin darse cuenta que es un factor importante a tener en cuenta.

Siempre que alojemos una web debemos hacerlo en un servidor que esté ubicado en el país al que nos dirigimos, en el caso de España deberíamos elegir un servidor que esté alojado en nuestro país, de esta manera Google rastreará nuestra web sabiendo que está alojada en España y por lo que entiende que esa web tiene contenido más relevante para los españoles por lo que mejorará su SEO.

Si por el contrario tu web va a un público español y el servidor lo tienes en México, Google pensará que el contenido es más relevante para ese país y lo dirigirá más allí y menos a España,

por lo que no olvides investigar antes de contratar un servidor dónde está ubicado.

A continuación podéis ver el video de Matt Cutts donde hace referencia a ello:

http://www.youtube.com/watch?v=keIzr3eWK8I

Aprende a Monitorizar la Reputación Online de tu Negocio

¿Sabes todo lo que dicen en Internet de tu empresa? Seguramente no, y si quieres poder interactuar con tus clientes necesitas saberlo, por lo que tienes que empezar a **gestionar la reputación online de tu negocio**.

En Internet hay gran cantidad de sitios donde hablar tanto mal como bien de un producto o servicio, existen foros, redes sociales, blogs personales, páginas de opiniones…. y tener todos controlados parece imposible pero no lo es ya que existen herramientas en Internet tanto de pago como gratuitas que nos ayudarán a realizar este trabajo.

¿Por que es tan importante Gestionar la Reputación Online de tu Negocio?

Recuerdo que hace unos meses estuve visitando un hotel en Oviedo y hablando con su directora me comentaba que ella intentaba seguir al máximo las opiniones que colgaban sobre su hotel en Internet ya que en muchas ocasiones se había encontrado con comentarios negativos, quejas, críticas y en definitiva palabras que probablemente si las lee otro visitante se piense mucho acudir a ese hotel.

Lo que hacía está muy bien (aunque como la comenté debería utilizar herramientas más precisas sobre monitorización de reputación online) ya que en cuanto detectaba un comentario negativo procedía a ponerse en contacto con el cliente para conocer el motivo de la queja en intentar solucionar con el cliente el problema causado mediante una disculpa o incluso regalándole un fin de semana en su hotel gratis.

Pequeños gestos como estos, suponen muy poco esfuerzo si lo comparamos con los beneficios que nos puede dar a medio-largo plazo ya que con ello tenemos una alta probabilidad de fidelizar a un cliente, y como ya sabréis es difícil captar un cliente pero si lo pierdes recuperarlo es casi misión imposible.

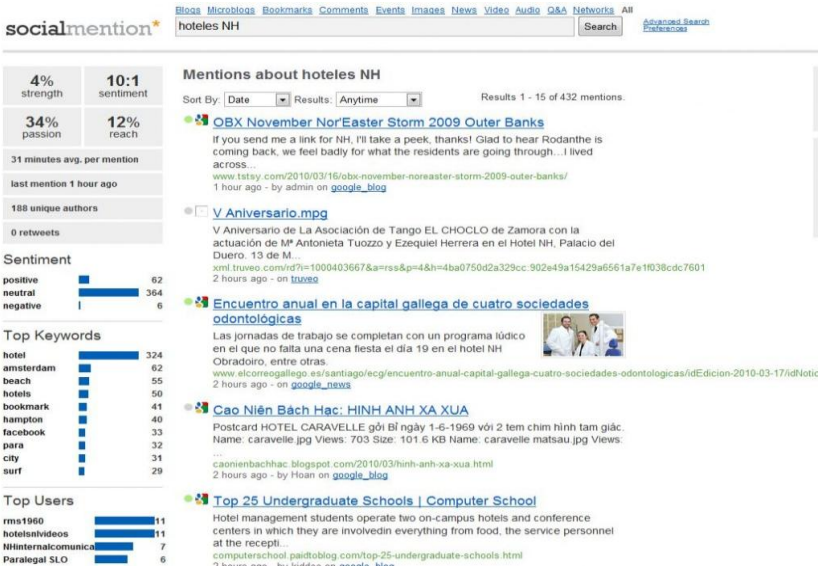
Aunque siempre que sea posible y haya presupuesto recomiendo usar herramientas de pago como Webrunner 2.0, en esta caso vamos a ver cómo gestionar la reputación online con herramientas gratuitas y como ejemplo vamos a monitorizar por ejemplo el nombre de “hoteles NH”.

Ya sabemos el término que vamos a monitorizar por lo que nos interesaría saber lo que se habla en blogs, noticias, comentarios y redes sociales, así que empezamos:

Google Alertas - una herramienta de gran utilidad que te envía a tu email todo lo que se publica sobre un término en concreto

Social Mention – nos permite realizar búsquedas en blogs, microblogs, marcadores sociales, comentarios, eventos, videos, audios… y te permite crear también alertas que te lleguen cómodamente a tu email.

Haciendo la búsqueda “hoteles NH” los resultados obtenidos son:



BoardReader - podrás hacer búsquedas en foros

TweetBeep - podrás configurar alertas sobre la búsqueda que quieras monitorizar en Twitter y la recibirás automáticamente en tu email

Estas son sólo algunas de las muchas herramientas gratuitas que hay para seguir lo que dicen de tu negocio en Internet, pero para empezar a introducirte están bien y poco a poco puedes ir añadiendo nuevas herramientas o coger una de pago que te ayudará a tener todo el trabajo más centralizado.

Para finalizar os invito a ver este video sobre Reputación Online grabado en FICOD:

http://www.youtube.com/watch?v=oYvUL_CTjIk

Google Apps Marketplace, la tienda de aplicaciones de Google

Google Apps Marketplace es la tienda de aplicaciones de Google donde los desarrolladores podrán dar a conocer las aplicaciones que han realizado y venderlas para sacar un beneficio económico.

En ella encontrarás productos diseñados para los que somos usuarios de Google incluyendo apps instalables que se pueden sincronizar con Google Apps.

Ya puedes encontrar una gran cantidad de aplicaciones tanto de pago como gratuitas que mejorarán y te darán nuevas funcionalidades de tus servicios como Gmail o Google Calendar.

Lo mejor es que visites Google Apps Marketplace y empieces a buscar entre todos sus aplicaciones ordenadas por categorías: gestión de documentos y clientes, gestión de proyectos, flujos de trabajo, Google Analytics, implementación de pequeños negocios…

Puedes ver más información en este video:

http://www.youtube.com/watch?v=uJxbEQGWpeA

¿Quieres saber lo que Google sabe de ti? Entra en Google Dashboard

Que Google tiene el monopolio de buscadores hoy en día todos lo sabemos, qué Facebook sabe cada día más de nuestras vidas y hábitos también, pero ¿sabes que conoce Google sobre tí?

Si eres de los que usa los servicios diferentes que Google ofrece le estás transmitiendo información sobre tí, pues si quieres saber esta información ya puedes acceder a Google Dashboard, un panel donde se recoge la información sobre los servicios que usas como por ejemplo alertas que tengas activas, cuentas de Google Analytics, uso de blogs, seguidores en Google Buzz, calendario, compras en Google Checkout, y así hasta una larga lista de servicios.

Realmente esperábamos más información con Google Dashboard, pero al menos hay que reconocer que es útil porque tenemos todos nuestros servicios Google compilados en una misma página.

Aquí podéis ver el video sobre Google Dashboard donde explica todas sus funcionalidades:

http://www.youtube.com/watch?v=ZPaJPxhPq_g

Twitter presenta su propio acortador de Urls para evitar el SPAM

Con el crecimiento de Twitter también crece el SPAM que se usa y para ponerle freno y garantizar la experiencia del usuario, **Twitter ha anunciado su propio acortador de urls para los DM** (mensajes directos) y los envíos por correo electrónico.

Por el momento es sólo una noticia porque en las pruebas he visto que por el momento no está implementado, pero en breve podremos ver el siguiente formato como acortador de url de Twitter: *http://twt.tl*.

En estos últimos días estamos viendo como Twitter trabaja a velocidad de vértigo en la creación y mejora de su servicio, ya se habla de la publicidad en Twitter, hemos visto nuevas funcionalidades como la que comentaba ayer de añadir imágenes a los tweets…

Aprende a añadir información contextual a tus Tweets (imágenes, tweets relacionados..)

¿Te imaginas poder **añadir imágenes, enlaces e información relacionada en tus tweets**? Pues esto ya es posible con el API Super Tweet, que aportará información contextual en tus tweets.

Actualmente los tweets que generamos tienen este formato:

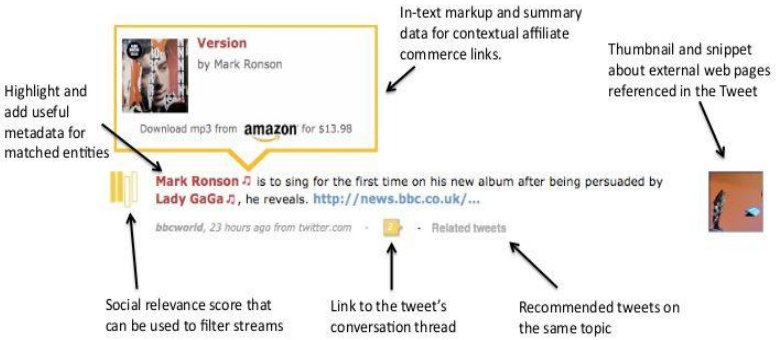
Pero **a partir de ahora** pueden tener este otro:

Si te fijas **es el mismo tweet pero con información relacionada** como un enlace a la descripción de la película y una imagen que muestra gráficamente la carátula.

El cambio entre uno y otro es brutal y en el caso del **Super Tweet mucho más amigable y vistoso**, ¿imagináis las posibilidades que da este nuevo formato desde el punto de vista de la publicidad?

Pues este formato ya lo puedes implementar en tus tweets con el API Super Tweet, y para comenzar debes acceder a *http://developer.cascaad.com/* donde te podrás registrar y obtener toda la documentación necesaria para implementar estos nuevos tweets.

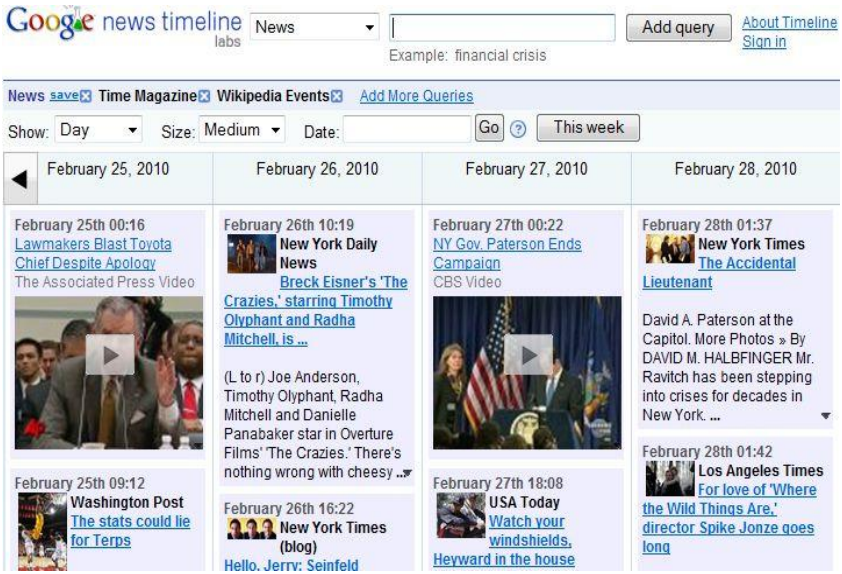
Y para que quede más claro que es un Super Tweet, en la siguiente imagen puedes ver detallados todos sus nuevos elementos:



Descubre los servicios más ocultos de Google

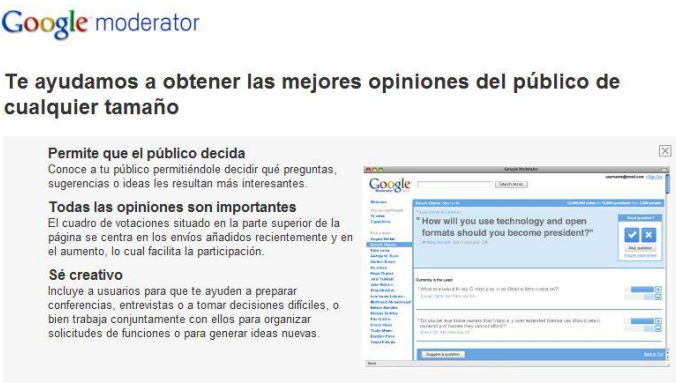
Seguro que conoces muchas de las aplicaciones que Google tiene, entre ellas su último lanzamiento Google Buzz, pero también **existen otras muchas que tienen más ocultas pero disponibles en pruebas**, ¿quieres conocerlas? Descubre las aplicaciones de Google Labs.

Google News TimeLine



Te permite **organizar los resultados de búsqueda por fecha** e incluyen blogs, noticias, imágenes, videos…..

Google Moderator



Interesante herramienta que puedes usar en tu web para cursos o debates, donde **los asistentes podrán interactuar con el ponente** enviando preguntas.

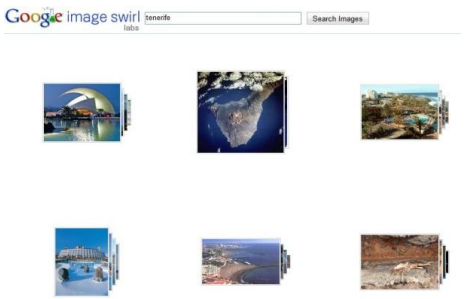
Google City Tours

Si te gusta viajar te gustará Google City Tours, donde **podrás ver y compartir recorridos turísticos por distintas ciudades del mundo**. ¡Toda una experiencia!

Google Scholar

Es una herramienta muy útil para profesionales de la enseñanza, ya que se trata de un **buscador especializado en bibliografía** de diferentes temas.

Google Image Swirl



Se trata de un **buscador de imágenes** pero con la peculiaridad de que las agrupa por semejanza. Realmente interesante.

Google Code Search

Si eres desarrollador este **buscador de código fuente público** te ayudará mucho en tu trabajo.

Realiza acciones de Marketing en Twitter enfocadas a tus clientes

Como ya sabéis **Twitter es una excelente herramienta de comunicación online** y con la que podemos realizar acciones muy específicas y comunicar lo que queremos justo a quien queremos.

En esta ocasión os voy a comentar sobre una herramienta llamada Twithawk que **os permitirá llevar a cabo acciones de Marketing enfocado directamente el público que queréis** y todo ello de manera automatizada.

¿Cómo funciona Twithawk?

Imagínate poder **responder automáticamente con un mensaje prediseñado a todos los twitteros que pongan en su mensaje aquella palabra que tu has elegido** y además poder monitorizarlo.

Este es el funcionamiento de esta herramienta de Twitter, por ejemplo, quieres contestar con ofertas de tu hotel en Sierra Nevada para Semana Santa a aquellas personas que escriban “esquiar en semana santa” y ”hoteles en sierra nevada”. Tan sólo tienes que configurar estas cadenas de búsqueda y definir los mensajes que se van a enviar a quienes hagan estás búsquedas.

Como comentaba se puede automatizar este proceso lo que pasa es que como todo cuando se “robotiza” suele perder algo de efectividad, por lo que **lo mejor es hacer un testeo de ambas posibilidades**, primero puedes durante 7 días automatizar las respuestas y al final comprobar los resultados para a continuación repetir el mismo proceso pero esta vez

contestanto manualmente, y después de 15 días podrás tener una idea aproximada de cuál de las dos maneras funciona mejor para tu negocio.

Aunque Twithawk es una herramienta de pago, **puedes probarla gratuitamente al principio con sus 25 créditos de regalo** y si ves que funciona dentro de tu estrategia de marketing 2.0 entonces comprar más créditos, que además no resulta demasido cara.

Lo mejor es que lo pruebes por ti mismo y te empieces a familiarizar con esta nueva herramienta de twitter que además te permite controlar las conversiones con Google Analytics.

Para verla en funcionamiento echa un vistazo a este video:

http://www.youtube.com/watch?v=KPDLKQV429A

Google Real Time incorpora en sus resultados a Facebook

Salta la noticia respecto a las nuevas incorporaciones en Google Real Time, y es que ahora también **ciertos contenidos de Facebook aparecerán en los resultados de búsqueda de Google**.

Primero se habló de que los tweets de Twitter se mostrarían en los resultados de Google, la semana pasada que MySpace también aparecía y ahora es Facebook quien mostrará también sus contenidos.

La clase de contenidos no se sabe a ciencia cierta pero si te puedo decir que **los perfiles no aparecerán**, serán contenidos publicados en grupos o páginas de fans que sean relevantes con la búsqueda realizada en Google.

¿Para cuándo se activará todo esto en Google España?

Conoce otros usos que le puedes dar a Wordpress: e-commerce, foro, portal de empleo, red social…

Wordpress es la plataforma de blogs más conocida y usada en este momento, y aunque es cierto que nació como tal, en estos años **ha evolucionado dando paso a nuevas funcionalidades** y permitiéndonos usarla como algo más que un blog.

Son muchas las empresas que hacen su web corporativa con Wordpress y es porque son muchas las ventajas que aporta y la **posibilidad de integrar nuevas funcionalidades 2.0** para que podamos interactuar con nuestros clientes.

A continuación voy a detallar **distintas alternativas de uso de Wordpress** entre las que están el e-commerce, creación de foros y wikis, portales de empleo incluso la creación de una red social propia.

Wordpress e-commerce

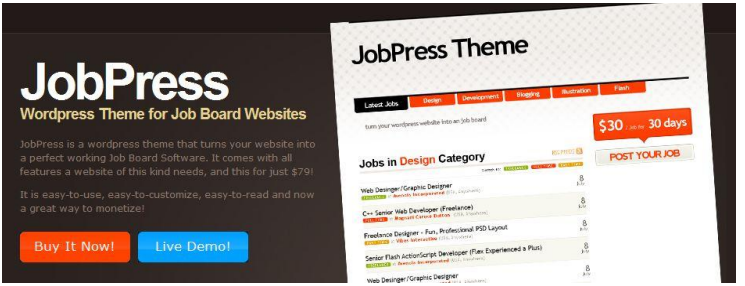
¿Quieres vender productos online? **Wordpress te permite montar tu propia tienda online** integrando sistemas de pago como Paypal, tarjetas de crédito incluso Google Checkout.

Foros Wordpress

Aunque existen plugins para montar foros en Wordpress, la mejor alternativa es instalar un software específico para ello y compatible con Wordpress como es bbPress.

Portal de empleo Wordpress

Convierte tu Wordpress en un tablón de empleo donde ofrecer un valor añadido. Aunque no es gratuito (79 $) merece la pena si buscas algo similar.



Red social en Wordpress

¿Quieres tener tu propia red para tu empresa? Esta extensión **te permitirá montar en tu web de Wordpress una completa red social** con alta de usuarios y sus perfiles, creación de blogs, chats, grupos y mensajes privados.

Cómo usar las anotaciones de Google Analytics

Las anotaciones de Google Analytics **son un recurso perfecto para conocer que pasó ese día en nuestra web**, tanto si hubo un pico de visitas porque lanzamos una nueva promoción como indicar que tal día las vistas cayerón un 83% debido a una caída en el servidor.

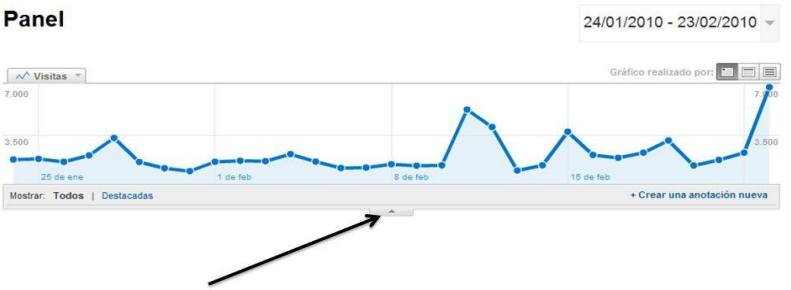
Toda esta información **podemos dejarla reflejada con las anotaciones de Google Analytics** de tal manera que hagamos un histórico de la evolución de nuestra web en el tiempo.

El uso que se puede dar de ellas es infinito y tan sólo limitado por tí, por ejemplo, si hemos realizado una acción de social media muy agresiva en el mes de enero, **es interesante que indiquemos con las anotaciones de Google qué se hizo exactamente y donde**, de tal manera que en el timeline de nuestra web podremos valorar qué hicimos y si esas acciones influyeron en los resultados.

Otra aplicación es anotar el número de ventas de un período concreto y así poder realizar comparativas con otros períodos y entender por qué se vendió más en uno que en otro.

Poner anotaciones es muy sencillo, y os lo voy a mostrar con un ejemplo de un pico de visitas que tuvimos ayer en una de nuestras webs.

Lo primero entra en tu panel de Google Analytics y debes hacer click en la flecha que hay debajo de la gráfica superior (indicada en la imagen de abajo) y verás que te aparece el enlace “Crear una anotación nueva”.



Una vez hagas click en él, debes completar el campo de la fecha en la que quieres marcar la anotación y describir en el texto lo que quieres reflejar en ese día y darle a guardar.

Esta acción puedes repertirla todas las veces que necesites y **así a final de mes poder revisar el tráfico de la web y valorar el por qué han sucedido las cosas** y qué acciones han funcionado mejor que otras.

Y si te queda alguna duda echa un vistazo a este video de Google donde explican perfectamente el funcionamiento de las anotaciones de Analytics:

http://www.youtube.com/watch?v=XfPx4Sus_CY

Mejora el posicionamiento de tu blog con estos plugins para Wordpress

¿Tienes un blog o página web en Wordpress? Si es así te voy a proponer una serie de plugins que debes tener instalados y que **te ayudarán a mejorar tu posicionamiento en buscadores** y por lo tanto aumentar el número de visitas que recibes.

Los plugins para Wordpress son esenciales si queremos que nuestro blog funcione a la perfección y entre todos ellos podemos destacar plugins de seguridad para Wordpress que nos protegerán de posibles ataques y plugins que mejoren el posicionamiento en buscadores y entre los que destaco:

All In One Pack SEO

Su función es mejorar la optimización de tu blog para motores de búsqueda y entre sus características más destacadas están:

- Establecimiento de URL´s canónicas
- Enlaces de mejora de la navegación
- Optimización de los títulos por cada página
- Generación automática de etiquetas META
- Evitar contenido duplicado

Descárgate el Plugin All In One Pack SEO

SEO Comment Paging

Este plugin se encarga de **colocar las etiquetas noindex y nofollow en la paginación de los comentarios** para evitar la duplicidad de contenidos y mejorar el posicionamiento.

Descárgate SEO Comment Paging

SEO Friendly Images

El posicionamiento en buscadores también contempla el **posicionamiento de imágenes**, ya que es una fuente de captación de tráfico excepcional.

Para posicionar las imágenes tenemos que decirle a Google de qué trata esa imagen y para ello **debemos utilizar la etiqueta Alt**. Este plugin se encarga de incluir en todas las imágenes la etiqueta alt para favorecer su mejor posicionamiento.

Descárgate SEO Friendly Images

Wordpress Related Posts

Es fundamental en el SEO establecer una correcta estructuración interna de enlaces en nuestro blog/web para favorecer el posicionamiento y la usabilidad de cara al usuario.

Para ello y gracias a este plugin podremos ofrecer de manera totalmente automática **noticias relacionadas en cada post que escribamos** de tal manera que ofrezcamos a nuestros usuarios más información que les pueda interesar y a los buscadores una mejorar en la indexabilidad y seguimiento de las páginas internas de nuestro blog.

Descárgate Wordpress Related Posts

Con estos 4 plugins ya tendrás el blog preparado para ir mejorando las posiciones en buscadores.

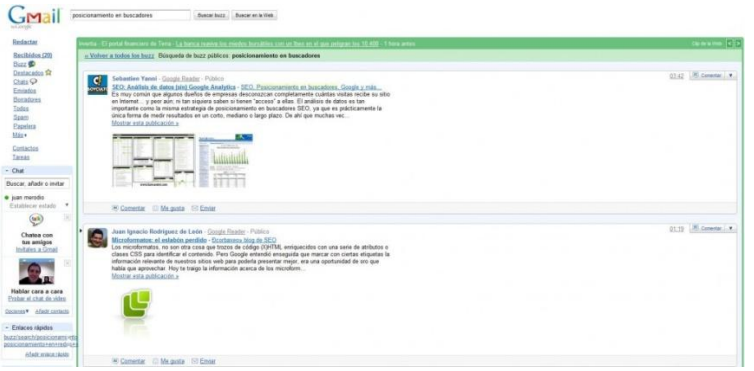
Cómo monitorizar Google Buzz

Tan sólo unos días después del lanzamiento de Google Buzz hemos visto todo tipo de críticas tanto positivas como negativas, pero todavía es pronto para saber si tiene futuro.

Por el momento me quiero centrar en **cómo monitorizar Google Buzz al igual que haces en Twitter** con términos que te interesan controlar.

Una vez has accedido a Google Buzz desde tu Gmail en la parte de arriba aparece el siguiente buscador que pone “Buscar buzz”:

En este recuadro puedes poner la consulta que quieres y **buscará entre todos los mensajes Buzz de todos los usuarios públicos**. Por ejemplo si buscamos “posicionamiento en buscadores” nos da el siguiente resultado:



Pero si quieres monitorizar más búsquedas y hacerlo de manera automatizada, lo que tienes que hacer es **activarte "Quick Links" de Google Labs**, y para ello primero debes ir a la pestaña configuración y dentro de ella al menú Labs donde podrás activar "Quick Links".

Una vez hecho en la barra lateral izquierda te aparecerá una caja que pone "Enlaces rápidos" y para guardar ahí tus búsquedas favoritas tan sólo tienes que volver a realizar la búsqueda del término que quieres monitorizar en la caja de búsqueda y acontinuación darle a "Añadir enlace rápido" de tal manera que se irán guardando todas aquellas búsquedas favoritas.

Y ahora ya puedes añadir todos aquellos términos a los cuales quieres hacerles el seguimiento a través de Google Buzz.

Promociona tu blog con la aplicación Networked Blogs de Facebook

Cuando escribes un post en tu blog tienes que conseguir que lo lea la mayor gente posible, y para ello debes usar todos los canales que estén en tu mano, y uno de ellos es la **aplicación Networked Blogs de Facebook**.

Esta aplicación automatiza la publicación en tu perfil o página de fans de los post nuevos de tu blog.

Su instalación y puesta en marcha es muy sencilla y te voy a guiar paso a paso para hacerlo e incluso cuenta con un widget que puedes poner en tu blog para que la gente interesada en tus contenidos te siga.

El primer paso es instalar la aplicación para lo que debes ir a la página de fans de Networked Blogs y una vez en ella hacer click en el botón que pone “Ir a la aplicación”.

A continuación debes hacer click en “+ Register a New Blog” y completar el formulario con los datos que te solicita. Es importante que en topics pongas las tres palabras/frases que mejor definan tu blog y en description que cuentes de manera resumida de qué trata tu blog.

El siguiente paso ya consiste en validar que ese blog es realmente tuyo para lo que tienes dos opciones: preguntar a tus amigos o instalar el widget en tu blog, y mi recomendación es que instales el widget.

Para instalarlo tan sólo tienes que coger el código que aparece en el recuadro y pegarlo en el lateral de tu web, si no tienes conocimiento básicos sobre esto siempre puedes recurrir a un programador que te lo montará en un momento y te cobrará muy poco.

Y ya con esto tendrías montado tu nuevo widget y aplicación para que se publique en tu perfil los últimos post que escribes de manera totalmente automatizada.

Qué es el Behavioral Targeting y cómo usarlo en tu web

El behavioral targeting es una técnica que se está ya usando y que gracias a la monitorización de la actividad que realizan los usuarios en una web (que leen, cómo buscan…) **nos permite construir unos perfiles de usuario en base a sus comportamientos**.

Gracias a la creación de estos perfiles podremos automatizar envíos específicos o incluso mostrar una información diferente según el perfil.

Aunque esto pueda sonar complicado, a continuación veréis como no es así y podrás hacerlo en tu web de una manera sencilla y barata.

Mensajes diferentes en función de la fuente de tráfico

Lo primero que tienes que hacer es consultar el prógrama de analítica web que uses, por ejemplo Google Analytics, y comprobar por cada fuente de entrada (buscadores, directo, webs referidas…) cuál es la página a la que acceden más personas (normalmente será la home) y cuáles son las primeras palabras que el visitante ve en esa página.

Con el fin de no repetir lo mismo para todos, **mediante un pequeño script puedes conseguir que lo primero que vea el visitante sea distinto si viene desde google que desde la web de hosteltur que si pone directamente tu web en el navegador**.

Aunque sé que esto es más técnico, os detallo a continuación un posible script que lo haría para que se lo paséis a vuestros programadores.

```
<h1>
<script type="text/javascript">
function readCookie(name) {
        var nameEQ = name + "=";
        var ca = document.cookie.split(';');
        for(var i=0;i < ca.length;i++) {
                var c = ca[i];
                while (c.charAt(0)==' ') c = c.substring(1,c.length);
                if (c.indexOf(nameEQ) == 0) return c.substring
(nameEQ.length,c.length);
        }
        return null;
}

function googleCookieReferrer()
{
   var feed=readCookie("__utmz");
   feed=feed.split("|");
   feed=feed[0].split("=");
   return feed[1];
}
alert (googleCookieReferrer());
if (googleCookieReferrer() == "(direct)")
{
        document.write("Title for direct visitors or the ones with
unknown referrer");
}
else if (googleCookieReferrer() == "domain.com")
{
        document.write("Title for visitors referred by domain.com");
}
else if (googleCookieReferrer() == "google")
{
        document.write("Title for visitors coming from search
engines");
}
else document.write("Default Title");

</script>
<noscript>Default Title</noscript>
</h1>
```

Página de agradecimiento

Cuando normalmente interactuamos con una web porque hemos hecho una compra o nos hemos registrado, a continuación se nos muestra una pantalla de agradecimiento, es esta es una zona perfecta para poner en marcha nuestro behavioral targeting.

Ya que nuestro visitante a interactuado con nuestra web no podemos perder la oportunidad de que vuelva a hacerlo y nos diga algo más sobre él.

Para ello puedes por ejemplo mostrar información de la oficina más cercana a su domicilio, mostrarle eventos que organices en su zona o invitarle a suscribirse a sus perfiles en redes sociales.

El truco consiste en ofrecerles algo basándonos en los datos que nos acaba de facilitar.

Ofrecer información relevante a los usuarios que ya nos visitaron

Si un cliente vuelve a tu web es porque algo le gustó y quiere saber más, y que mejor que ofrecerle de manera directa las últimas actualizaciones desde que entro.

Esto es bastante sencillo de hacer si usas Wordpress ya que existe un plugin que se encarga de hacerlo por ti.

Como habéis podido ver podéis comenzar a implementar en vuestras web el **Behavioral Targeting** de una manera bastante sencilla y con bajo coste.

A continuación os dejo este interesante video de cómo los anunciantes web usan la tecnología behavioral targeting:

http://www.youtube.com/watch?v=rqpd3O239qI

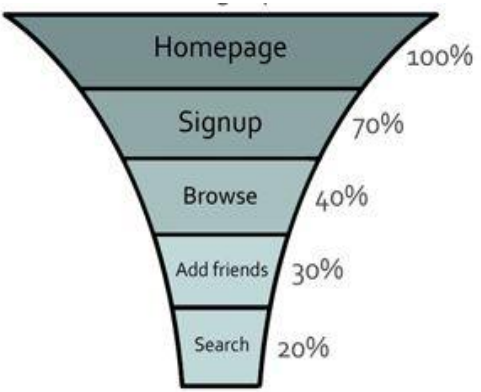
Técnica para Medir las Conversiones en los Social Media

La analítica web como ya he comentado anteriormente es fundamental cuando realizamos campañas online y a día de hoy **es uno de los factores que puede marcar la diferencia entre nosotros y nuestra competencia.**

Y cuando me refiero a analítica web **tenemos que ir más allá de mirar los visitantes y páginas vistas**, hay que analizar aquellos parámetros que nos pueden dar el indicador de que todo marcha bien o que se puede mejorar.

En este post os voy a contar una de las técnicas que se utilizan para los Medios Sociales, ya que muchas veces es un tipo de acción que no se sabe muy bien cómo hacerlo.

Este tipo de técnica de análisis conocida como "Funnel Analysis" **se basa en establecer una serie de pasos por los cuales tiene que pasar el visitante** y con el que podemos marcar los distintos objetivos a cumplir y valorar si se han cumplido las conversiones marcadas.



Como modelo he cogido este ejemplo que veis y que muestra de arriba a abajo el proceso a seguir por un visitante una vez entra en nuestra acción en medios sociales, eso si, recordad que esto es sólo un ejemplo y que vosotros mismos debéis construiros vuestro propio “embudo de objetivo” y marcar las conversiones.

En este caso nuestro objetivo final es que el cliente busque por si mismo la información que quiere y para ello se han establecido una serie de pasos:

Llegar a la home – aquí podemos decir que llegan el 100% de los visitantes

Darse de alta – una vez llegado a la home nuestro segundo objetivo es que se den de alta y nos dejen sus datos y para ello hemos marcado un ratio de conversión del 70%

Explorar información sugerida – El visitante queremos que consulte aquella información que le estamos dando "más a mano". El ratio de conversión en este paso es del 40%.

Invitar a sus amigos – Si el contenido le parece interesante queremos que informe a sus amigos que se unan y visiten nuestra página para provocar viralidad. El rato de conversión es del 30%

Búsqueda de información – ya realizados todos los pasos anteriores el visitante debe sentirse interesado por lo que ofrecemos y buscar el mismo la información que le interesa. El ratio de conversión es del 20%.

Con esta técnica ya puedes medir la consecueción de objetivos y conversiones en cada paso del proceso y no quedarnos sólo en el % de visitantes que se han registrado.

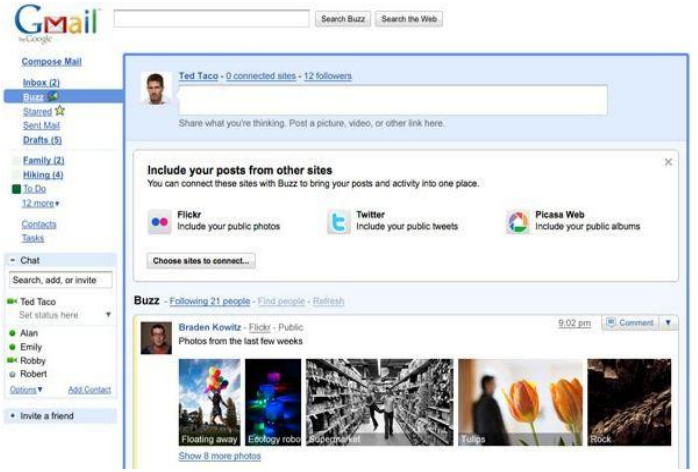
http://www.youtube.com/watch?v=NhsxOd57NEE

Qué es Google Buzz y cómo afecta a Facebook y Twitter

Ayer Google presentó Google Buzz, una nueva herramienta social que mucho tiene que ver con Facebook y Twitter.

Dicho rápidamente es una aplicación que funciona con Gmail y que **permite a sus usuarios realizar actualizaciones a tiempo real** sobre lo que están haciendo, subir fotos o videos, algo similar a lo que hace hoy en día Twitter.

Google Buzz se ha lanzado a nivel mundial y poco a poco todos los usuarios de Gmail iremos teniendo acceso a esta aplicación desde nuestra cuenta de correo.



El objetivo de Google Buzz es mejorar la comunicación entre los usuarios y la información que comparten en plataformas como Youtube o Picassa.

Toda la información puedes catalogarla como privada para tu grupo de amigos o pública donde todo el mundo puede verla y **si será rastreada por buscadores**.

Un aspecto importante es que **podremos sincronizar nuestra cuenta de Twitter con la de Google Buzz,** es decir, cuando publiquemos un tweet en Twitter, Google lo importará y enviará a nuestros seguidores de Google Buzz, lo que nos facilitará la comunicación y distribución de nuestra información.

Lo que nos gusta menos es que con Facebook por el momento no hay ningún tipo de interacción ni noticias de posibles acuerdos.

Desde un punto de vista de promoción de nuestros servicios/productos Google Buzz abre una nueva puerta por la que tenemos que entrar si queremos estar entre los Top de nuestro sector, y para que sepas más sobre el tema aquí te dejo un video explicativo sobre Google Buzz (está en inglés).

http://www.youtube.com/watch?v=yi50KlsCBio

El buscador de Google está preparando el lanzamiento de sus nuevos cambios para España

Ya llevamos bastantes meses oyendo hablar de Google Real Time y los cambios SEO que se avecinan para este año en el buscador más concurrido en España.

En anteriores post he comentado cómo organizará Google los tweets en sus resultados de búsqueda ya que como sabréis en poco tiempo en España los primeros puestos de resultados serán para tweets en tiempo real.

Pero aún hay más cambios en los resultados de búsqueda de Google que ya hemos podido ver en la versión Google.com y que **no tardarán en llegar a la versión española Google.es**.

Breadcrumbs

Los breadcrumbs son una especie de mapa de enlaces que **nos dice el recorrido que hemos hecho para llegar a una página** y nos permite ver rápidamente en qué sección de la misma estamos.

Pues si no usas breadcrumbs en tu web ya es hora de que empieces a usarlos porque Google está empezando a

mostrarlos en sus resultados, y son útiles tanto para mejorar la usabilidad como para posicionamiento en buscadores.

Ubicación de la web

Otra mejora que Google está implementando es **incluir en los resultados la ubicación de la web**, información muy útil sobre todo cuando buscamos información específica de un país.

Información relacionada en la barra de búsqueda

Como detallo en la siguiente imagen, en la misma barra de búsqueda te ofrece información relacionada con lo que buscas antes de realizar la búsqueda en sí.

Información del transporte público de la zona

Esta nueva función me parece excepcional, y es que si buscas información sobre algún lugar en especial, en el mapa de ubicación que Google te muestra para que veas dónde está el lugar, te mostrará también información sobre el transporte público en la zona.

Estos son algunos cambios que Google nos tiene preparados y que creo que son muy útiles para todos los usuarios.

Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

El utilizar herramientas de código abierto y gratuito como es **Wordpress tiene muchas ventajas pero también inconvenientes**, y entre ellos es el tema de la seguridad de tu blog.

Cuando pones en marcha una web o blog **siempre debes instalar medidas de seguridad para evitar posibles ataques** y que en caso de que sufras uno poder recuperar la información.

Esto parece algo obvio pero a menudo no lo es, de hecho en muchos casos que conozco por no tener en cuenta la parte de seguridad han llegado a perder información creada durante años, así que revisa esta parte y si no lo tienes hecho ponte manos a la obra de inmediato.

A continuación te voy a detallar algunos de los **mejores plugins de seguridad que hay para Wordpress** y que puedes instalar fácilmente tú mismo y te evitarán muchos disgustos.

Bad Behavior

Este plugin protege tu blog contra SPAM y bloquea continuamente posibles ataques que lleguen automatizados a tu blog.

Wordpress Table Rename

La nomenclatura de las bases de datos de Wordpress siempre son las mismas por defecto, lo que abre una puerta a quien quiera realizar un ataque sobre tu blog, por lo que para modificar esta nomenclatura y ponérselo más difícil puedes usar este plugin.

WP Security Scan

Este plugin escanea tu blog en busca de agujeros de seguridad y en caso de encontrarlos te sice cómo solucionarlo

WP-DBManager

Este plugin es de obligada instalación ya que realiza automáticamente copias de seguridad de tu base de datos y te las envía por email si tú quieres.

Además puedes programar la frecuencia con la que quieres que realice la copia de seguridad.

Una vez instalados estos plugins ya puedes seguir trabajando tranquilamente, pero mientras no lo hagas no estaría muy tranquilo.

Aprende distintos métodos para analizar Tendencias en Internet con Google

Una forma de adelantarnos a la competencia es ver las tendencias que vienen en Internet, y a día de hoy este trabajo que anteriormente llevaba muchas horas, se puede hacer de una manera más cómoda desde el ordenador de tu oficina.

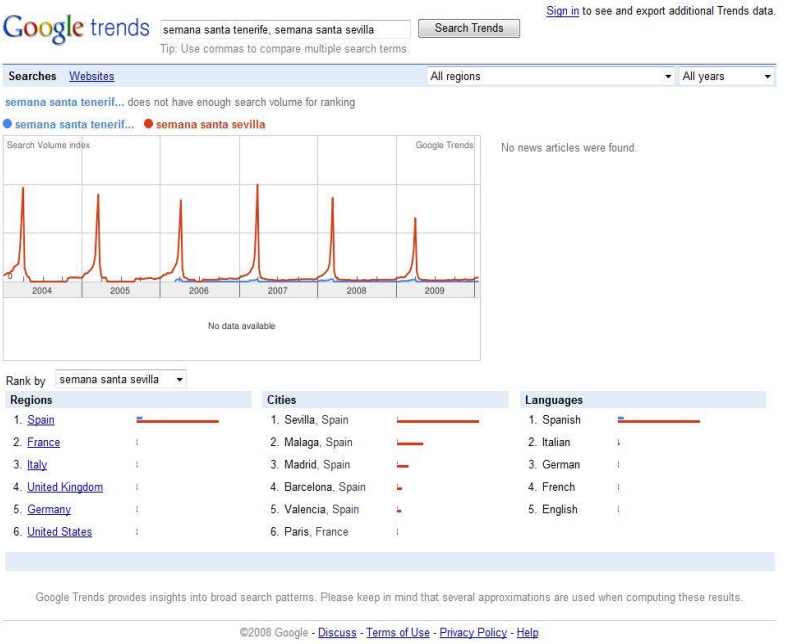
Os voy a comentar varias **maneras de utilizar Google para analizar las tendencias online**:

Búsquedas en Google

Sin duda uno de los mejores métodos, ¿qué quieres saber más información sobre algo? usa Google. Por ejemplo, queremos saber posibles tendencias sobre la semana santa en Tenerife, pues nos vamos a Google y realizamos la búsqueda: semana santa tenerife, y al final de la página de resultados encontraremos “Busquedas relacionadas con semana santa tenerife” y enlaces que nos pueden dar ideas, mira lo que sale:

Google Trends

Google Trends nos permite conocer las tendencias en volumen de búsquedas de palabras claves y todo ello segmentado por país. También podemos hacer una comparativa de varias palabras clave. Si hacemos la pruebas con semana santa tenerife y las comparamos com semana santa sevilla los resultados muestras una superioridad por parte de la cadena de búsqueda “semana santa sevilla” y vemos los picos que produce:



Rueda de búsqueda Google

Seguramente no hayas oido hablar de la rueda de búsqueda de Google, pero te aseguro que es muy interesante.

Para usarlo lo primero hacemos una búsqueda normal en Google, y vamos a seguir con el ejemplo “semana santa sevilla”. Una vez hecha la búsqueda debemos hacer click en el enlace “Mostrar opciones” y a continuación marcar la opción “rueda de búsquedas” y tendremos la siguiente pantalla donde vemos las opciones relacionadas con la búsqueda hecha.

La rueda de búsquedas de Google es muy útil cuando tenemos que analizar palabras clave y mercados que desconocemos.

¡Empieza ya a analizar las tendencias de tu mercado y adelántate a la competencia!

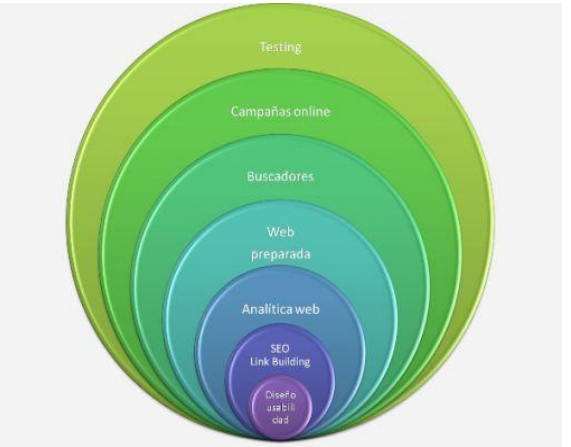
Qué pasos seguir a la hora de iniciar un campaña de marketing online

Seguro que te han dicho muchas veces que porque no usas más Internet como canal de promoción para tu negocio, que si no estás en Internet no existes… y esto tiene su verdad, estar hay que estar pero hay que hacerlo bien, sino es preferible no estar.

En muchas ocasiones pensamos en invertir más dinero en campañas de marketing online pero **no sabemos muy bien cómo hacerlo o planificar una estrategia de marketing online**, y como digo **si te dispones a invertir dinero en ello hay que hacerlo bien**, porque si haces las cosas ha medias los resultados también serán a medias, así que voy a comentar los pasos a seguir en la elaboración de esta estrategia.

Es importante que antes de empezar a planificar la estrategia online **tengáis claros y definidos dentro del plan estrategico de la empresa los objetivos a conseguir, público objetivo**…

El proceso a seguir a la hora de definir la estrategia online lo podemos mostrar gráficamente en la siguiente imagen publicada en el blog de mi colega @tristanelosegui:



Diseño Web

Es importante que la web esté adaptada a las campañas que vamos a realizar, con esto no quiero decir que haya que cambiar la web entera sino que se debe retocar aquellos aspecto que mejorarán los resultados de nuestras acciones, por ejemplo, si no tenemos un formulario de contacto fácil de encontrar, por mucho dinero que gastemos en atraer clientes a nuestra web la mayoría se irán sin hacernos una consulta o comprar un producto.

Posicionamiento en Buscadores (SEO)

En España Google tiene una cuota de Mercado por encima del 92% y la gente busca ahí todo lo que necesita, por lo que si no están bien posicionado en Google difícilmente te podrán encontrar.

A modo de ejemplo, si tienes un hotel rural en Cangas de Onís y alguien está buscando un hotel rural en aquella zona probablemente llegue a Google y busque “hotel rural cangas de onis”, si la web de tu hotel no aparece en la primera página de búsqueda y me atrevería a decir que en los primeros 5 resultados, ese cliente se irá con tu competencia, por lo que acabas de perder un cliente.

Para mejorar el posicionamiento en buscadores lo primero que tienes que cerciorarte es que la web está diseñada de tal manera que sea amigable con los buscadores y sea fácilmente indexable, y si quieres haz una prueba buscando un Google como si fueras un cliente y poniendo la búsqueda por la que crees que te encontrarían. ¿Apareces en las 5 primeras posiciones? Si la respuesta es no empieza ya a trabajar en ello.

Analítica Web

Si queremos saber que lo que estamos haciendo funciona tenemos que medir los resultados y analizarlos, y para ello tienes que instalar alguna herramienta de monitorización web y te recomiendo Google Analytics (es gratuita y muy potente).

Llegado a este punto ya tenemos la web lista para empezar con nuestras acciones de marketing online.

Buscadores

Como comentaba anteriormente es imprescindible aparecer en buscadores y para ello te recomendamos hacer posicionamiento orgánico (SEO) y probar una campaña de enlaces patrocinados de Google (Google Adwords) para que puedas ver si te es rentable o no.

Además Google siempre está regalando cheques de 75€ para empezar a probar Google Adwords, así que busca por Internet y lo acabaras encontrando y podrás hacer una prueba gratuita.

Campañas online

En esta parte debes primero analizar qué es lo que más te interesa según tu negocio. Puede ser que tengas que colocar banners en webs de tu sector, crear perfiles en redes

sociales … pero lo importante es comenzar poco a poco para ir testeando lo que si y que no funciona, y así evitar que inviertas el dinero equivocadamente.

Testing

Es básico que cuando realicemos acciones las midamos y nos marquemos unos objetivos (KPI´s) para ver el grado de efectividad.

Estos testeos deben realizarse constantemente según el período que establezcamos, por ejemplo podemos hacer un testeo todos los lunes para ver cómo fue la semana anterior.

De nada sirve activar campañas y no medirlas nunca, porque seguro que no te darán toda la efectividad posible.

Como recomendación, es preferible que dejéis en manos de profesionales la parte de diseño web y posicionamiento en buscadores, ya que como profesionales de la materia conseguiran rentabilizar mejor el dinero que invirtáis.

Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media

A la hora de planificar una estrategia en Redes Sociales (Social Media), uno de los principales problemas con los que nos encontramos es medir el ROI, es decir, el retorno de la inversión.

En otras acciones como por ejemplo campañas de enlaces patrocinados, podemos medir el retorno de la inversión comparando lo invertido con por ejemplo las ventas que nos ha generado a través de estas acciones de una manera aparentemente más sencilla.

Pero en redes sociales parece más difícil poner estas mediciones, pero las hay y te las voy a contar para que si eres empresario sepas rentabilizar al máximo tus inversiones en social media y si eres directivo de empresa o responsable del área de marketing puedas justificar a tus superiores los resultados obtenidos con las acciones en redes sociales.

Para empezar, elaborar una campaña de Social Media requiere de una perfecta estrategia, ya que **no consiste en crear los perfiles y poner el "follow me"** y porque tengas 1.000 seguidores o fans vaya a funcionar, ya que esto lo puede hacer cualquiera, y lo que tenemos que hacer es un paso más allá.

Las estrategias en redes sociales deben estar basadas en escuchar al usuario/consumidor más que hablarle, y conseguir un feedback que nos sea útil para nuestro negocio. Debe ser un canal de comunicación más informal y enfocado al One-to-One, y con esto quiero decir que no vale establecer una larga lista de procesos automatizados sino que necesitamos de una persona (Community Manager) que conozca bien el sector, las herramientas Web 2.0 y dedique el tiempo a escuchar e interactuar personalmente con el usuario/consumidor.

El primer paso para definir la estrategia es saber cuál es nuestro objetivo y así poder medir el ROI, por ejemplo **vamos a tomar como ejemplo que nuestro objetivo es que los clientes reserven una habitación de hotel**.

Para calcular el ROI vamos a utilizar la fórmula:

$$ROI_{Arit} = \frac{V_f - V_i}{V_i} = \frac{V_f}{V_i} - 1$$

Donde Vi se refiere a la inversión inicial y Vf a la inversión final, por lo que si invertimos 1.000€ y obtenemos 3.000€ nuestro ROI es de 2 veces lo que hemos invertido.

Además de medir nuestra inversión en social media en términos de ROI también debemos hacerlo en términos de nuevos clientes, reconocimiento de marca, ventas…

Siguiendo el ejemplo del hotel, además **para medir los resultados de nuestra campaña de Social Media podemos comparar y cruzar resultados con datos que ya se medían anteriormente** como pueden ser ventas a nivel de facturación, clientes potenciales, número de visitantes en la web y consultas, número de solicitudes de reservas de habitaciones, cancelación de reservas…

Como podéis ver ya no vale decir que una campaña en Social Media no es medible como he escuchado en varias ocasiones, se puede y se debe medir, pero para ello primero hay que fijar muy bien las bases de los objetivos a conseguir.

Google Analytics te ofrece su inteligencia artificial para monitorizar tu web

En la mayoría de los casos las pequeñas empresas no disponemos de recursos para tener un analista web revisando día a día lo que sucede en nuestra web para poder mejorarla.

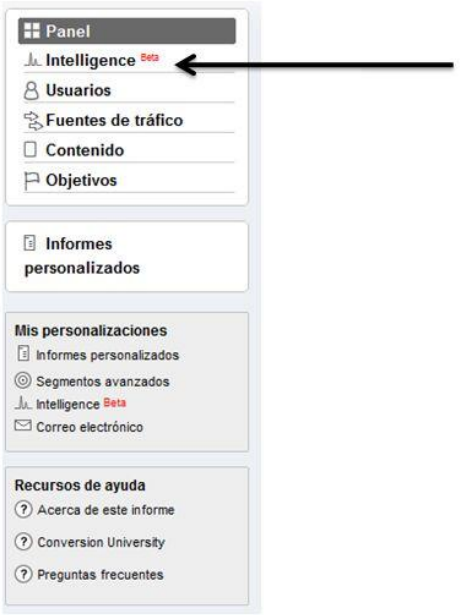
Pero si te digo que **Google te ofrece un sistema de inteligencia artificial que te hará todo este trabajo de manera automática y totalmente gratis** ¿te interesaría?

Pues esto ya existe y es una función de Google Analytics, así que vamos a explicar cómo usarla en nuestras webs.

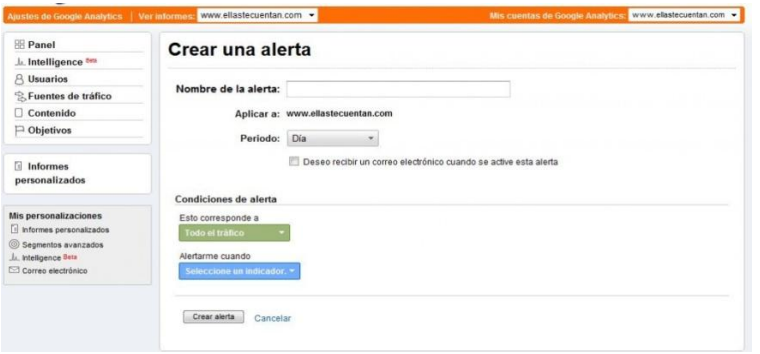
Este sistema de inteligencia de Google **se encarga de estar supervisando las 24 horas del día el tráfico de tu web** y en caso de que suceda algo "poco convencional" te avisa para que puedas investigar el porqué ha pasado y pongas soluciones.

Por ejemplo, imagina que la tasa de rebote ha pasado en los últimos 7 días del 53% al 85%, pues el sistema de inteligencia de Google te avisa a tu email para que revises dónde está el problema, probablemente sin este sistema pasaría mucho más tiempo hasta que revisases este dato.

Para comenzar debemos acceder a nuestra cuenta de Google Analytics y hacer click en el menú Intelligence.



Una vez dentro veremos que tenemos la opción de configurar alerta diarias, semanales y mensuales, así que para el ejemplo vamos a realizar una alerta semanal, por lo que clickamos encima y a continuación damos al botón “+ Crear una alerta personalizada” y nos saldrá la siguiente pantalla.



Empezamos completando los campos, ponemos el nombre de la alerta y por ejemplo ponemos “Tasa de Rebote”, marcamos el período diario y **seleccionamos la casilla para recibiar un correo electrónico cuando se active la alerta**.

A continuación tenemos que completar los campos relativos a las condiciones de la alerta, el en primero en nuestro caso marcaríamos “Todo el tráfico” (aunque puedes seleccionar otra opción en función de tus necesidades) y le indicamos que nos alerte cuando el “Porcentaje de rebote” se incrementa en más del 10% sobre la semana anterior, de tal manera que quedaría así:

Para dejar grabada la alerta tendríamos que aceptar en “Crear alerta” y nos mostrará un pantalla con todas las alertas que tenemos creadas y una opción de variar la sensibilidad de las alertas, y yo en mi caso siempre lo coloco en la mitad.

Con esto ya tendríais vuestra alerta configurada, pero **podéis crear todas las que necesitéis para cada uno de los parámetros que queréis controlar en vuestra web**.

Y como complemento échale un vistazo a este video sobre cómo usar Google Intelligence:

http://www.youtube.com/watch?v=gRvUpoTT-Bo

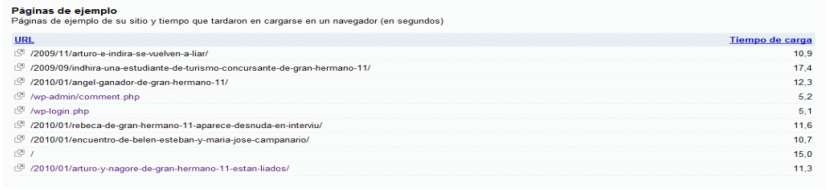
Google te ayuda a conocer el rendimiento de tu sitio web

A la hora de posicionar una web **un factor a tener en cuenta es el rendimiento de tu web** o dicho de otra forma el tiempo y velocidad en la que se carga tu web, a mayor velocidad de carga mejor.

Para saber si nuestra web es rápida en su carga así como la evolución en el tiempo, Google nos facilita una herramienta a través de Google Websmasters Tools (si no estás dado de alta hazlo ya, es gratis) .

Para acceder a ella, entramos en nuestra cuenta de Google Webmasters Tools, desplegamos el menú Labs y hacemos click en “Rendimiento del sitio” y nos mostrará una pantalla como esta.

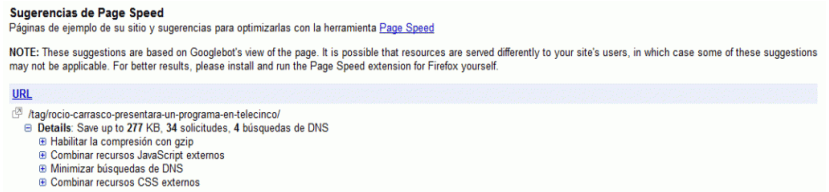
Centrándonos en este ejemplo vemos que en el paso del tiempo la web ha ido descendiendo su velocidad de carga, lo que supone que cada vez tarda más en cargarse, y esto es un factor negativo a la hora de posicionarse en buscadores. Si bajamos un poco más abajo en el informe de Google vemos que **nos muestra los tiempo de carga en segundos de algunas páginas** y podemos observar que la mayoría están por encima de los 10 segundos.



Páginas de ejemplo
Páginas de ejemplo de su sitio y tiempo que tardaron en cargarse en un navegador (en segundos)

URL	Tiempo de carga
/2009/11/arturo-e-indira-se-vuelven-a-liar/	10,9
/2009/09/indhira-una-estudiante-de-turismo-concursante-de-gran-hermano-11/	17,4
/2010/01/angel-ganador-de-gran-hermano-11/	12,3
/wp-admin/comment.php	5,2
/wp-login.php	5,1
/2010/01/rebeca-de-gran-hermano-11-aparece-desnuda-en-interviu/	11,6
/2010/01/encuentro-de-belen-esteban-y-maria-jose-campanario/	10,7
/	15,0
/2010/01/arturo-y-nagore-de-gran-hermano-11-estan-liados/	11,3

Aunque dependerá del tipo de web (más o menos imágenes, texto, etc), **lo ideal es que el tiempo de carga de una página no exceda los 3 segundos,** y si nuestro caso es como este en el que tenemos una web muy lenta, Google nos da en el mismo informe algunas recomendaciones para mejorar la velocidad de carga.



Sugerencias de Page Speed
Páginas de ejemplo de su sitio y sugerencias para optimizarlas con la herramienta Page Speed

NOTE: These suggestions are based on Googlebot's view of the page. It is possible that resources are served differently to your site's users, in which case some of these suggestions may not be applicable. For better results, please install and run the Page Speed extension for Firefox yourself.

URL

/tag/rocio-carrasco-presentara-un-programa-en-telecinco/
- **Details**: Save up to **277** KB, **34** solicitudes, **4** búsquedas de DNS
  - Habilitar la compresión con gzip
  - Combinar recursos JavaScript externos
  - Minimizar búsquedas de DNS
  - Combinar recursos CSS externos

Herramientas gratuitas para analizar el tráfico web de tu competencia

A la hora de emprender una campaña de marketing en Internet **el primer paso a dar es conocer a nuestra competencia**, y cuanto más la conozcamos mejor será nuestra campaña.

Las estadísticas web de nuestra compentecia no las podemos tener porque evidentemente no nos las van a facilitar pero **existen varias herramientas gratuitas que nos ayudaran a saber más sobre ellos** para conocer cómo debemos superarles.

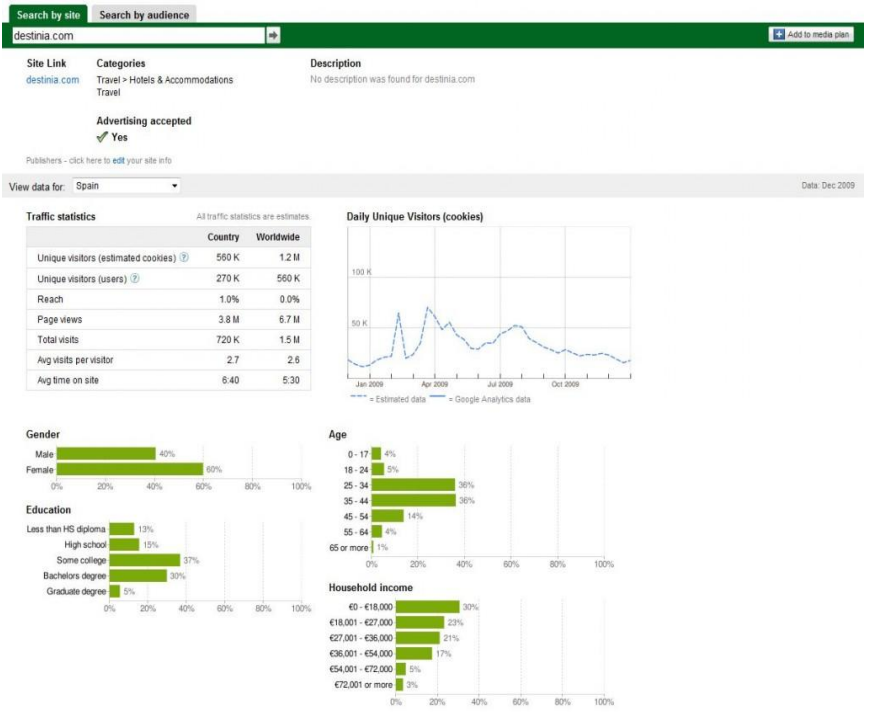
Estas herramientas también nos servirán a la hora de anunciarnos en un sitio web, porque así podremos saber de antemano si encajará con nuestra campaña

Google AdPlaner

Para empezar podemos usar Google AdPlaner, una fantástica herramienta que nos dará unas estadísticas bastante detalladas sobre una web determinada, pudiendo incluso filtrar por país.

En el siguiente ejemplo analizamos la web de Destinia.com (utilizaré el mismo web de ejemplo para todo) y como veréis obtendremos datos estimativos sobre visitantes

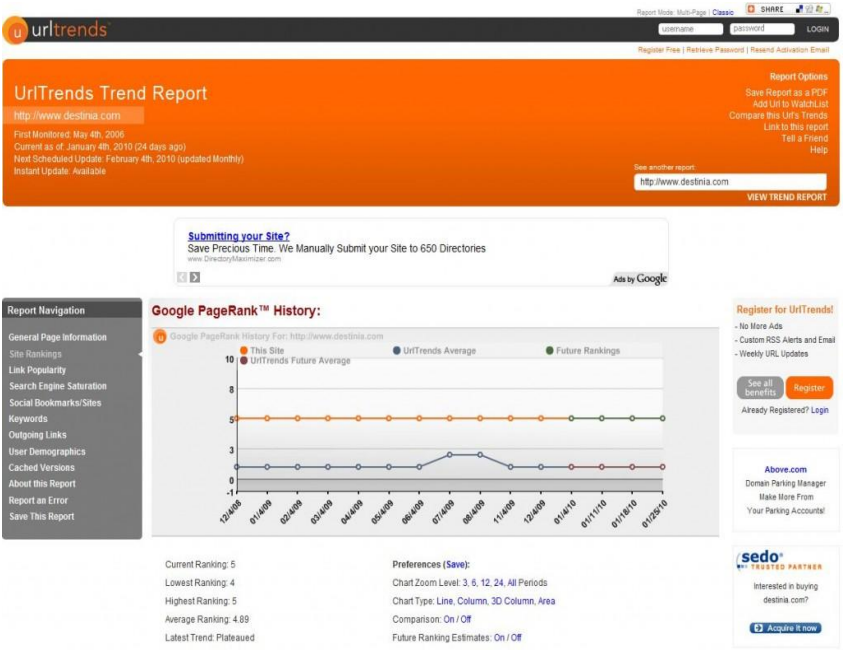
únicos, páginas vistas, tiempo medio de permanencia en el sitio web, porcentaje de hombres y mujeres que la visitan, nivel socio-económico, edad…



URL Trends

En URL Trends podremos consultar entre otras, estadísticas sobre tiempo que lleva la web online, enlaces entrantes, históricos de PageRank y Alexa, datos demográficos, enlaces

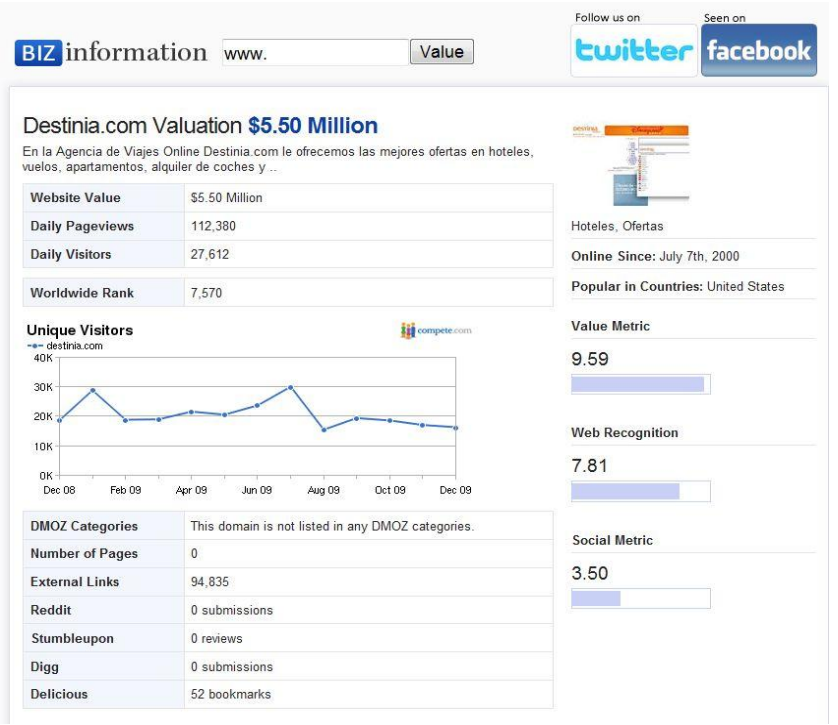
saliente, marcadores sociales… y además podremos descargarnos el informe en PDF.



BizInformation

Lo interesante de BizInformation es que además de darte datos como marcadores sociales, reconocimiento web y métrica social te dice cuánto vale la web en términos económicos. Por ejemplo en el caso de Destinia nos dice que su web está

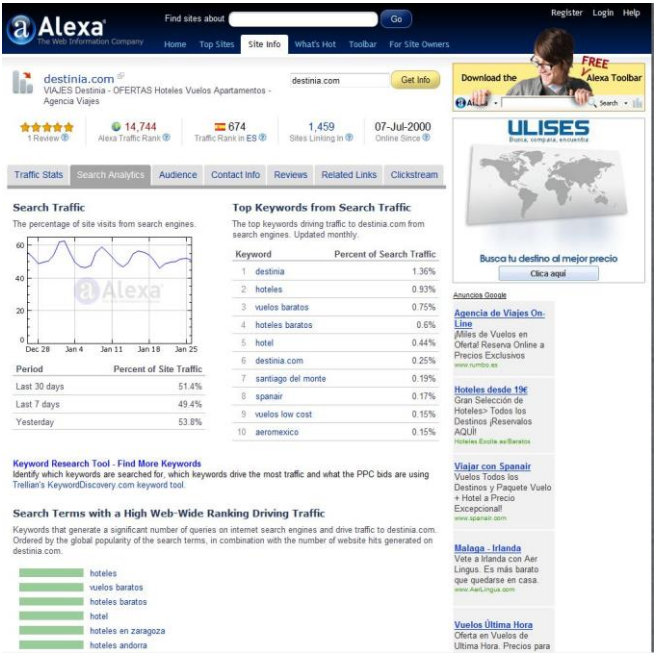
valorada en 5,5 millones de dólares. ¿Sabes cuánto vale tu web?



Alexa

Alexa es uno de los servicios más conocidos para conocer el tráfico de una web, y cada día coge más importancia. Nos ofrece datos como porcentajes de usuarios por país, términos

para los cuales están bien posicionados en buscadores, datos socio-demográficos…

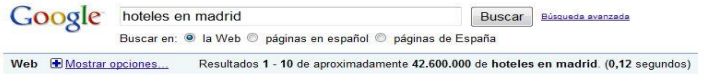


Con estas cuatro herramientas de análisis web ya te puedes hacer muy bien a la idea quién es tu competencia, qué hace y cómo lo hace.

Empieza a posicionar tu web y escoge las palabras clave adecuadas

Como ya sabeis **estar bien posicionados en Google es un REQUISITO IMPRESCINDIBLE** para que encuentren tu web, pero para conseguirlo primero **tenemos qué analizar qué palabras clave queremos elegir para posicionar la web**, y esta paso es fundamental.

Para hacerlo más práctico **voy a coger como ejemplo un hotel en Madrid**, así que a priori podríamos decir que vamos a posicionarnos por “Hoteles en Madrid” , ¿es realmente viable y necesario posicionarnos aquí? de antemano te digo que no y vamos a explicar porque.



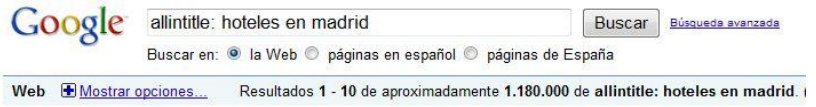
Al hacer esta búsqueda en Google lo primero vemos que aparecen 42.600.000 resultados (mucha competencia) y las tres primeras posiciones están ocupadas por Rumbo, Atrápalo y Mucho Viaje con PageRank de 4.

A modo de información el PageRank es un indicador que nos dice la calidad de los enlaces entrantes hacia esa web, a mayor

PageRank mayor calidad de enlaces que existen apuntando a esa web y por lo tanto será más difícil quitarle su posición (aunque esta es una definición muy resumida ya que en el PageRank influyen otros parámetros).

Pero todavía vamos a indagar más sobre esta palabra clave por lo que vamos a hacer en Google la siguiente búsqueda: allintitle: hoteles en madrid .

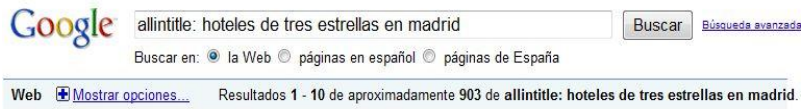
Está búsqueda nos permitirá saber cuántos resultados tienen en la etiqueta título de su web la frase “hoteles en madrid”, ya que como sabrás es necesario que en el título de la web a posicionar aparezca la palabra clave .



Como puedes comprobar, ahora los resultados bajan a 1.180.000, lo que nos hace ver que si queremos empezar de cero y posicionarnos en estos tres primeros puestos vamos a tener que invertir mucho dinero y difícilmente lo podremos rentabilizar, por lo que sería mejor buscar palabras clave que llaman de segundo nivel, es decir, más específicas como por ejemplo: hoteles de tres estrellas en madrid.

Como recomendación debemos apostar por posicionarnos en términos cuyo resultado de búsqueda una vez hayamos hecho la búsqueda con “allintitle: (palabra clave a posicionar)” no exceda los 15.000 resultados.

Por ejemplo la palabra clave “hoteles de tres estrellas en madrid” sería buena para trabajar en ella porque tiene 903 resultados.



Pero el análisis de una palabra clave no queda ahí, **ahora tenemos que ver si la gente hace esa búsqueda** y es una palabra en la que merezca la pena trabajar, y para ello usaremos Google Insights que nos mostrará el volumen de búsquedas para una determinada palabra clave y podemos filtrar por fecha y país. En el caso de “hoteles de tres estrellas en madrid” los resultados para España en 2009 son:

Como podemos observar es una palabra clave con picos y caídas constantes, pero hay búsquedas, por lo que con este último análisis **podemos concluir que "hoteles de tres estrellas en madrid" es una buena palabra clave para posicionarnos en ella**.

Como habéis podido comprobar, **hacer un análisis de una palabra clave es algo relativamente sencillo** y estos pasos se pueden aplicar a cualquier palabra clave.

Así que recordar que **antes de empezar a posicionaros por un término debéis analizar estos parámetros** y si es una empresa quien os lo lleva exigirles que os faciliten estos datos.

Conoce qué secciones de tu web tienen más tráfico y cuántas páginas tiene indexadas en Google

Gracias a mi buen amigo Señor Muñoz he descubierto cómo saber qué secciones de tu web tienen más tráfico y cuales están prácticamente muertas, o dicho de otra manera **conocer de manera más exacta cuántas y cuales páginas de tu web tiene Google indexadas**.

Conocer esta dato es una parte de la analítica web muy importante, ya que **podremos saber cómo nos encuentran nuestros visitantes** y por dónde entran para poder poner objetivos mediante KPI´s (indicadores que vamos a utilizar para medir la consecución de nuestros objetivos) y mejorar día a día.

Hasta ahora si querías saber cuántas páginas tenías indexadas en Google, te ibas al buscador y ponías (por ej: site:ellastecuentan.com)

En este caso nos dice que tenemos 10.800 páginas indexadas, pero ¿realmente son esas?¿nos traen tráfico las 10.800 páginas? Como veremos a continuación **este dato es poco fiable**.

Para comprobarlo vamos a utilizar Google Analytics, así que entramos en la cuenta, nos vamos al menú “Fuentes de tráfico” y dentro hacemos click en “Motores de búsqueda” y os muestra las visitas que nos llegan de cada buscador.

Ahora para ver las páginas a las que acceden los visitantes y que al menos han recibido 1 visita desde el buscador hacemos click en el desplegable “Fuente” situado encima del listado de buscadores y marcamos la opción “Página de destino” y esperamos a que aparezcan los resultados.

La búsqueda ha enviado 69.365 visitas total a través de 1.833 páginas de destino.

Mostrar: total | pagado | sin pagar

Uso del sitio | Conjunto de objetivos 1 — Vistas:

Visitas	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
69.365 Porcentaje del total del sitio: 87,23%	**1,36** Promedio del sitio: 1,36 (-0,39%)	**00:00:32** Promedio del sitio: 00:00:33 (-4,94%)	**93,11%** Promedio del sitio: 93,05% (0,07%)	**82,36%** Promedio del sitio: 82,39% (-0,03%)

	Página de destino	Ninguna	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
1.	/2010/01/arturo-abandona-la-casa-de-gran-herman...		8.701	1,27	00:00:31	94,75%	86,39%
2.	/2010/01/arturo-y-nagore-de-gran-hermano-11-esta...		6.672	1,27	00:00:20	92,61%	86,75%
3.	/2010/01/rebeca-de-gran-hermano-11-aparece-des...		6.286	1,12	00:00:11	97,38%	93,56%
4.	/2010/01/arturo-y-tatiana-de-gh11-hacen-edredoning/		5.212	1,13	00:00:18	95,41%	91,42%
5.	/2009/09/indhira-una-estudiante-de-turismo-concur...		2.660	1,26	00:00:28	93,95%	86,17%
6.	/2010/01/belen-esteban-no-consigue-la-mayoria-de...		2.566	1,40	00:00:37	94,54%	83,16%
7.	/2010/01/belen-esteban-y-jorge-javier-vazquez-camp...		2.172	1,60	00:00:59	94,38%	74,91%
8.	/2009/11/arturo-e-indira-se-vuelven-a-liar/		1.801	1,17	00:00:26	91,89%	88,45%
9.	/2010/01/interviu-es-indultada-por-el-semidesnudo-...		1.031	1,33	00:00:20	97,58%	87,58%
10.	/2010/01/guti-pide-a-melissa-garcia-que-no-saque-...		760	1,21	00:00:22	95,13%	89,21%

Filtrar por Página de destino: que contienen — Ir — Filtro avanzado — Ir a: 1 — Mostrar filas: 10 — 1 - 10 de 1.833

Si os fijáis nos dice literalmente **"La búsqueda ha enviado 69.365 visitas total a través de 1.833 páginas de destino",** lo que nos hace pensar ¿y que son del resto de las páginas hasta llegar a las 10.800 que marcaba Google? ¿De que nos vale tener 10.800 páginas indexadas si sólo nos traen visitas 1.833?

Con este pequeño ejercicio que puedes hacer tú mismo (y recomiendo hacerlo), te servirá para ver qué páginas, secciones, temáticas o zonas de tu web debes fomentar para crecer en número de visitas.

No esperes más y haz la prueba.

Aprende que son los Hashtags de Twitter, cómo se usan y para qué sirven

Casi todos conocemos los tags, esas etiquetas que se usan en blogs para identificar el contenido del artículo, pero ¿sabes lo que son los hashtags de Twitter?

Los hashtags son también etiquetas pero que se utilizan en Twitter para clasificar nuestro tweet en una temática y aparecen marcados como temas de moda en el lateral derecho de la página de Twitter y ayudarán a que otros lo encuentren si buscan información sobre esa temática.

Usarlo es muy sencillo, **tan sólo tienes que escribir # y a continuación la palabra que identifique el tema de tu tweet**, por ejemplo si hablas sobre seo pondrías en el mensaje de Twitter #SEO.

Es interesente utilizar los hashtags cuando escribamos un tweet y más cuando se ponga en funcionamiento en España Google Real Time que ayudará a que los usuarios nos localicen.

Si además quieres buscar tweets sobre un hashtag determinado, puedes hacer una búsqueda en el buscador de favoritos de Twitter.

Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios

Seguro que ya estás harto de escuchar los términos Redes Sociales, Web 2.0, SMO (Social Media Optimization), SMM (Social Media Marketing) y te gustaría poder poner en práctica estos términos y sus correspondientes acciones en tu negocio pero no sabes bien por dónde empezar.

Si estás pensando que tu negocio no tiene cabida en la Redes Sociales o que tu presupuesto de publicidad es bajo, sigue leyendo este reportaje y comprenderás por qué **cualquier negocio, sea grande o pequeño es posible hacerlo crecer con la ayuda de las Redes Sociales** y con una mínima inversión, lo único que necesitas es tener buenas ideas y dedicarle al menos una hora al día.

Existen muchas y de diferentes tipos, las hay generalistas como las conocidas **Facebook** o **Tuenti** o especializadas en un área de negocio o en un perfil en concreto como por ejemplo **LinkedIn**, una red social pensada para profesionales.

Esto sólo es el principio de un nuevo concepto que **está empezando a revolucionar el Marketing en Internet** y que no ha hecho más que comenzar. La pregunta que nos hacemos es: ¿Hasta dónde llegará?

A lo largo de este artículo intentaré exponer de manera resumida cuál es el primer paso para comenzar a usar las redes sociales en tu negocio.

El primer paso para empezar a utilizar las redes sociales en tu negocio consiste en desarrollar el **Project Planning and Implementation** (PPI) que será el documento que nos guíe por el camino a seguir para conseguir los resultados que buscamos.

Para ello voy a definir dentro del PPI varios puntos que debemos ir completando para nuestra campaña:

- **Objetivos Generales:**

Tenemos que definir los objetivos a conseguir con las acciones que vamos a llevar a cabo, ya sea mejorar la notoriedad de marca, conocer la percepción de los consumidores, fomentar la venta de un producto/servicio o mejorar el posicionamiento natural de nuestra web.

- **Directrices**

¿A quién nos dirigimos? ¿Qué enfoque le vamos a dar a nuestras campañas? Respondiendo a estas preguntas podremos tener una primera idea de nuestro mercado potencial y cómo nos vamos a dirigir a él, ya que una de las ventajas de

las redes sociales es que podemos dirigirnos directamente a nuestros clientes potenciales sin necesidad de “matar una mosca a cañonazos”.

- **Líneas de actuación:**

Un negocio normalmente es algo que debemos pensarlo a largo plazo, por lo que el uso de acciones sociales debe pensarse sobre la misma base para que el éxito perdure en el tiempo y obtengamos un mejor ROI.

- **Herramientas a utilizar:**

En función del producto o negocio a promocionar y del mercado al que nos dirigimos centraremos los esfuerzos en unas herramientas u otras, pero para intentar dar una visión real y general nombraré algunas de las herramientas más usadas a las que puedes recurrir en tu estrategia:

- Yahoo Answers
- Menéame
- Facebook
- Tuenti
- Linkedin
- Viadeo
- Xing

- Squidoo
- Ning
- Twitter
- Youtube

- **Key Performance Indicators (KPI):**

Los KPI son los indicadores que vamos a utilizar para medir la consecución de nuestros objetivos.

Reputación: podemos tomar como referencia el Pagerank

Notoriedad: el ranking de Alexa es uno de los métodos de valoración

Posicionamiento orgánico: definir las palabras clave a posicionar o con las que queremos trabajar.

Tráfico del site: medición de los visitantes únicos de la web. Podemos usar Google Analytics aunque recomiendo usar al menos dos sistemas de estadísticas.

Tiempo de permanencia del usuario: conocer el tiempo medio que cada visitante pasa en nuestra web.

Fuentes de entrada: debemos analizar por dónde vienen los visitantes a nuestra web, si es por buscadores, porque escriben

directamente el nombre de nuestra web en el explorador o llegan a través de un link o mención en otra web o red social.

Conversión: ¿qué es lo que queremos que haga el visitante final? Puede ser que nuestro objetivo sea que se registre en nuestra web y nos deje sus datos para posteriormente mantenerle informado de nuestras novedades o quizá vendemos un producto y nuestro objetivo final es que el visitante se convierta en comprador.

Una vez contestadas todas estar preguntas y enfocado el PPI a nuestro negocio, es hora de ponernos en marcha y crear los perfiles en las distintas redes sociales que vayamos a usar, y empezar a "trastear" para familiarizarnos con ellas.

Cómo organizará Google la posición de los Tweets en las búsquedas

Ya comenté a finales de año que llega el fin del SEO tal y como lo conocemos y las nuevas tendencias en posicionamiento en

buscadores harán variar la forma en la que tenemos que trabajar el posicionamiento en buscadores.

Una de las principales novedades es la llamada "Web en tiempo real" que Google pondrá en marcha a lo largo de este 2010 y donde las primeras posiciones de los resultados de búsqueda serán ocupadas por Tweets (Twitter) con información relevante, para lo que Google ha tenido que modificar y retocar su más preciado tesoro: su algoritmo, haciéndolo más rápido, preciso y eficaz.

Pero ¿cómo clasificará Google los tweets?. Parece ser que **va a usar un método similar al que usa (o usó) con el PageRank en las webs** para definir la relevancia de un tweet en función de parámatros como seguidores, relevancia de ese tweet, etc.

Lo que está claro que en cuanto Google Real Time empiece a funcionar empezaremos a descubrir las nuevas formas de SPAM de los Black Hat para poner sus tweets en primeras posiciones.

Google lanza la nueva aplicación para móviles "Near me now"

Google acaba de lanzar una **nueva aplicación móvil** muy útil cuando sales de viaje y necesitas moverte por una ciudad que no conoces, se trata de “Near me now”.

Esta nueva aplicación **nos ayudará a encontrar todo aquello que necesitamos cuando estamos en una ciudad desconocida**. ¿Qué necesitas un cajero? “Near me now” te dice el más cercano, ¿Qué buscas un restaurante italiano? “Near me now” lo encuentra, y así un montón de servicios útiles.

La pega es que por el momento esta nueva aplicación **sólo está disponible en Estados Unidos** y para iPhone o terminales con Android.

Para poder acceder a ella tan sólo entra en Google.com y allí encontrarás un enlace a “Near me now” que localizará tu posición y te dará la información que necesitas.

A continuación puedes ver el video de presentación:

http://www.youtube.com/watch?v=ETbTqjjzDLg

Google Analytics presenta nuevas funcionalidades

Seguro que has oido hablar o conoces bastante bien la herramienta de analítica web Google Analytics, que **principalmente sirve para monitorizar el tráfico de tu web**, ayudándote a saber cuántos visitantes pasan por ella, cómo te encuentran, cuánto tiempo están navegando, cuáles son las secciones más vistas, etc.

Esta herramienta de Google **es totalmente gratuita** y muy fácil de montar, y se encuentra en constante desarrollo por parte del equipo Google para permitirnos cada día tener estadísticas más detalladas y poder conocer mejor a nuestros usuarios.

Las **últimas novedades de Google Analytics** son:

- **Analytics Intelligence y las alertas personalizadas**

Una mejora del algoritmo permite supervisar patrones de datos en períodos concretos que puedes escoger y ver tendencias y cambios en estos datos. Además puedes crearte alertas sobre ello que te llegarán directamente al email

- **Mejora en el seguimiento de las conversiones**

Se ha aumentado a 20 el número de seguimiento de conversiones por perfil que puedes realizar, para tener controlado si se cumplen los objetivos marcados. Para saber cómo configurar estos perfiles visitala guía de procedimiento de Google.

- **Informes sobre dispositivos móviles**

Con el auge de sitios web móviles, Google Analytics se ha adaptado para ofrecerte estadísticas de tu sitio web móvil con funciones de seguimiento en dispositivos iPhone y Android para que conozcas qué hacen los usuarios que te visitan desde sus móviles

- **Usuarios únicos**

  Uno de los datos mas importantes cuando revisamos las estadísticas web son los usuarios únicos, es decir, los usuarios reales que han visitado tu web.

- **Análisis avanzado**

  Podrás configurar análisis más avanzados sobre tus usuarios.

- **Plantillas de segmentos avanzados e informes personalizados para compartir**

  Ya puedes compartir con otros usuarios que poseen Analytics la url de un segmento avanzado o informe personalizado.

- **Variables personalizadas**

Puedes realizar una configuración personalizada de Google Analytics según tus necesidades, para obtener aquella información que más necesitas y obviar aquellas que no te aportan valor.

En el siguiente video puedes aprender a crear informes personalizados.

http://www.youtube.com/watch?v=08msFgeHw9M

¿Qué es la Web Semántica y cuáles son sus ventajas?

Según la Wikipedia la web semántica (también llamada web de los datos) **se basa en la idea de añadir metadatos semánticos y ontológicos a la World Wide Web** para que los ordenadores y usuarios puedan entender mejor la información.

Este tipo de web se impondrá en un futuro no muy lejano ya que dicho con otras palabras es una web extendida donde será más sencillo encontrar las respuestas a nuestras preguntas gracias a una información mejor definida.

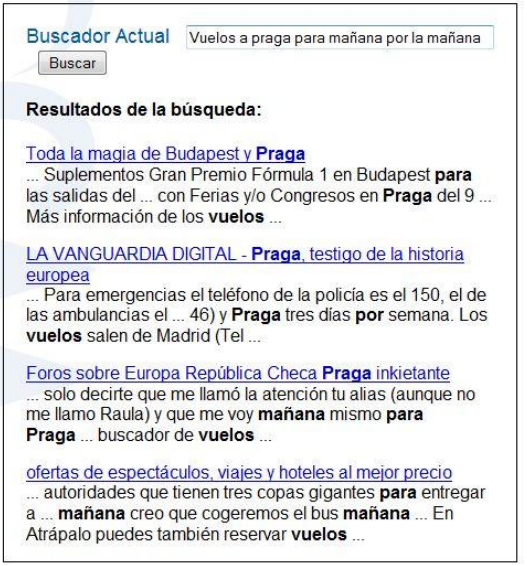
No hay duda que la web ha dado un giro de 180º a nuestras vidas, muchas cosas que antes hacíamos desplazándonos en persona ahora somos capaces de hacerlo desde nuestras casa con un ordenador como puede ser realizar transacciones en el banco o comprar billetes de avión por Internet, en definitiva nos facilita la vida.

Pero llega un punto que **existe un exceso de información en Internet que nos dificulta encontrar aquello que estamos buscando con mayor exactitud**, y aquí es donde entra la idea de Web Semántica que con la ayuda de software será capaz de realizar deducciones lógicas para encontrar lo que estamos buscando y resolver nuestros problemas.

¿Cómo funciona la Web Semántica?

Para entender el correcto funcionamiento de la web semántica vamos a tomar como ejemplo un buscador de vuelos….

A día de hoy si por ejemplo necesitas encontrar un vuelo a Praga para mañana por la mañana realizaría una búsqueda como “Vuelos a praga para mañana por la mañana”, y te devolvería los resultados:



Como puedes comprobar estos resultados no son todo lo exactos que necesitamos, de hecho ninguno soluciona nuestro problema de encontrar un vuelo para mañana.

Si por el contrario usáramos un buscador semántico, los resultados serían:

Y en este caso los tres resultados si que nos serían de utilidad.

La diferencia con el buscador normal, es que **el semántico entiende e interpreta todo lo que le decimos en base a la combinación de su capacidad de conocimiento e información en Internet.**

Es importante dejar claro que la Web Semántica no tiene nada que ver con la inteligencia artificial, ya que **el funcionamiento real de la web semántica está basado en la habilidad de la máquina para dar soluciones a problemas definidos**

mediante operaciones definidas sobre datos ya creados y también definidos.

Para conseguir esta definición de datos se utiliza básicamente mecanismos que ayuden a convertir la web en una infraestructura general que sea capaz de compartir y reutilizar datos entre distintos usuarios usando RDF, SPARQL y OWL.

Como veis es una primera aproximación a la web semántica y donde podemos ver las aplicaciones reales que tiene para los usuarios.

Las tendencias que llegan en marketing mobile para los próximos años

Gracias a los compañeros de MaestrosdelWeb.com he podido leer un documento que las tendencias en el uso de móviles para los próximos diez años.

Hace unos días ya escribí sobre si la publicidad por SMS es efectiva y viendo este nuevo documento está claro que el móvil abrirá un gran campo de acción para la comunicación de las empresas tanto interna como externamente.

A lo largo de los próximos 10 años la revolución tecnológica en el ámbito de los móviles será brutal y las empresas que no se adapten desaparecerán, así que se cumplirá el dicho de "renovarse o morir".

¿Qué novedades encontraremos? Ya desde hace algo más de un año se viene hablando de la realidad aumentada, se trata de una tecnología con la cual contenidos estáticos cobran vida a través del móvil, y ya están empezando a usarse en revistas en papel como es el caso de la revista Autofácil como pude comprobar la pasada semana.

http://www.youtube.com/watch?v=ABbpGuA0aYE

En los próximos años el móvil se convertirá en algo más que un dispositivo para hablar por teléfono, será un “ordenador” que llevaremos con nosotros todo el tiempo y que nos ofrecerá información de interés a tiempo real sobre lo que necesitemos.

Por ejemplo un comparador de precios a tiempo real sobre productos, que te ayudará a encontrar por ejemplo el precio más barato para el producto que buscas en una zona determinada. Este tipo de tecnologías modificarán sustancialmente el comportamiento de los usuarios por lo que también lo harán en la manera de gestionar los comercios.

Otras aplicaciones móviles de uso masivo será por ejemplo la compra de entradas, en lugar de esperar cola directamente compras tu entrada para el cine desde el móvil y mediante un código tendrás acceso a la sala sin esperas. Aunque por el momento la conexiones móviles todavía no son todo lo rápidas que deberían ser, en los próximos años con la llegada de la tecnología 4G habrá un antes y un después.

Estas son sólo una diminuta parte de las posibilidades que el marketing mobile nos traerá en los próximos años. Si quieres conocer más a fondo el tema no te pierdas esta presentación sobre las Tendencias Móviles hasta el 2020.

Autor

Juan Merodio
CEO **Grupo Ellas** y Socio-Fundador de **Marketing Surfers**
jmerodio@grupoellas.com
@juanmerodio
www.JuanMerodio.com

"No hay empresa pequeña ni multinacional grande que pretenda ser eficiente sin tener en cuenta en su estrategia de comunicación el Social Media"

Juan Merodio es fundador del Grupo Ellas, una empresa enfocada a la creación de webs dedicadas a la mujer en distintos ámbitos como turismo, formación, actualidad, belleza y moda, empleo… y Socio-Fundador de la Empresa de Marketing 2.0 Marketing Surfers

Colabora activamente escribiendo en revistas y webs especializadas en Marketing OnLine, en su blog de Marketing 2.0 www.JuanMerodio.com e impartiendo conferencias y cursos relacionados con la aplicación de las Redes Sociales a la empresa.

Ha recibido varios premios por su trayectoria empresarial en Internet entre los que destacamos "Mejor Idea del Año 2006" de Actualidad Económica" y "Jóvenes Emprendedores Sociales" de la Universidad Europea de Madrid.

Patrocinadores

Este ebook se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento - No Comercial - Sin obra derivada"; se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que mantenga el reconocimiento de sus autores, no haga uso comercial de la obra y no realice ninguna modificación de ella.

Febrero 2011

Este libro es un recopilatorio de todo lo publicado en mi blog durante el año 2010, con el fin de elaborar una especie de anuario de todo lo que ha sucedido en el panorama del Marketing 2.0 a lo largo del año.

En sus 450 páginas encontrarás todas las novedades y recursos que he publicado en mi blog a lo largo del 2010, para que lo puedas tener siempre a mano.